

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MOTIVASI  
BERWIRAUSAHA PEMUDA MUSLIM KARANG TARUNA  
DI DESA GADINGREJO INDUK KECAMATAN  
GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU**



**Skripsi**

Diajukan untuk melengkapi Tugas-tugas dan memenuhi Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Sos) Fakultas Dakwah dan Ilmu  
komunikasi UIN Raden Intan Lampung



Oleh

**YUZRIAN ZADEWA**

NPM : 1241010001

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1438 H / 2018 M**

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MOTIVASI  
BERWIRAUSAHA PEMUDA MUSLIM KARANG TARUNA  
DI DESA GADINGREJO INDUK KECAMATAN  
GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU**

**Skripsi**

Diajukan untuk melengkapi Tugas-tugas dan memenuhi Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Sos) Fakultas Dakwah dan Ilmu  
komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Oleh

**YUZRIAN ZADEWA**  
**NPM : 1241010001**

Pembimbing I : **Dr. Fitri Yanti, MA.**

Pembimbing II : **Mubasit, S.Ag., MM.**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1438 H / 2018 M**

**ABSTRAK**  
**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MOTIVASI**  
**BERWIRAUSAHA PEMUDA MUSLIM KARANG TARUNA DI DESA**  
**GADINGREJO INDUK KECAMATAN GADINGREJO**  
**KABUPATEN PRINGSEWU**

**Oleh**  
**Yuzrian Zadewa**

Pemuda merupakan agen perubahan suatu peradaban. Pemuda merupakan aset bangsa yang tidak ada harganya, kemajuan atau kehancuran suatu bangsa terletak pada pemudanya.

Pemuda muslim desa gadingrejo induk banyak yang membuang waktu mereka dengan sia-sia, untuk mengurangi itu semua maka diperlukan teknik komunikasi dan motivasi yang baik untuk merubah kebiasaan negatif mereka menjadi suatu kebiasaan yang positif dan produktif, yaitu dengan teknik berkomunikasi secara persuasif untuk memotivasi mereka berwirausaha.

Untuk meneliti komunikasi dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha tersebut, dirumuskan masalah yaitu: Bagaimana komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna Di Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu dan faktor pendukung dan penghambat dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode interview sebagai metode utama dan metode observasi sebagai metode bantu

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Dari populasi pemuda muslim di desa gadingrejo induk sebanyak 68 pemuda muslim dan berdasarkan kriteria pengambilan sampel maka terpilih 14 sampel dari pemuda muslim dan tokoh masyarakat desa gadingrejo induk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi persuasif memiliki beberapa tahapan yang harus dilewati, yaitu: *Attention* (menarik perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan) dan *Action* (aksi atau tindakan). Adapun faktor pendukung dan penghambatnya, seperti karang taruna yang masih aktif, dukungan dari tokoh masyarakat, jiwa kewirausahaan yang masih ada di beberapa pemuda muslim dan tersedianya lahan kosong dan sumber air yang mudah. Sedangkan faktor penghambatnya, yaitu kurang nya pelatihan-pelatihan yang dilakukan karang taruna desa tentang kewirausahaan, banyaknya pemuda yang memilih menjadi pekerja dan malu untuk bertani.



## PERSETUJUAN

Judul : **Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Pemuda Muslim Karang Taruna Di Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu**

Nama : **YUZRIAN ZADEWA**  
NPM : **1241010001**  
Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

## MENYETUJUI

Untuk di Munaqosahkan dan di pertahankan dalam sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I,

**Dr. Fitri Yanti, MA.**

**NIP. 197510052005012003**

Pembimbing II,

**Mubasit, S.Ag., MM.**

**NIP. 197311141998031002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Dr. Bambang Budiwiranto, S.Ag., M.A**

**NIP. 19730319199703100**





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jln. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame 1 Bandar Lampung, 35131 (0721) 78088

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Pemuda Muslim Karang Taruna Di Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu**, disusun oleh: **YUZRIAN ZADEWA**, NPM: **1241010001**, Jurusan: **Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPD)**, telah diujikan Dalam sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada hari/tanggal: **Senin, 19 Maret 2018**.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : **Yunidar Cut Mutia Yanti M.Sos.I**

Sekretaris : **Nasiruddin S.Sos.I**

Penguji I : **Hj. Rini Setiawati, S.Ag, M.Sos. I**

Penguji II : **Dr. Fitri Yanti, MA**

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



**Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si**

**NIP. 196104091990031002**



## MOTTO

Artinya..... :

“.... Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> Al-Qur'an dan Terjemahannya Beserta Transliterasi Arab-Latin Departemen Agama RI Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, Bandung: CV. Gema Risalah Press, 1993

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan lafadz

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Karya tulis ini penulis persembahkan sebagai ungkapan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Kedua Orang Tuaku (Bapak Apris Yanto dan Ibu Ida Wati) yang penulis sayangi dan cintai, yang telah mendidik, membesarkan penulis dengan kesabaran dan selalu memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan study sampai sekarang.
2. Kepada Adikku tercinta Haya Ats-tsaniyah Habibah terima kasih semangat dan doanya yang membuatku terus berjuang menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.



Bandar Lampung, Maret 2018  
Penulis,

Yuzrian Zadewa



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Yuzrian Zadewa, merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Diantaranya Yuzrian Zadewa dan Haya Ats-tsaniyah Habibah. Yang kesemuanya dilahirkan dari pasangan Suami Istri Bapak Apris Yanto dan Ibu Ida Wati. Penulis dilahirkan di Desa Gadingrejo 5 Desember 1993.

Riwayat pendidikan yang penulis tempuh yaitu Sekolah Dasar Negeri 04 Gadingrejo Pringsewu selama satu tahun dan melanjutkan ke Sekolah Dasar Islam Terpadu Bustanul Ulum Lampung Tengah selama lima tahun (Lulus tahun 2006), kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Islam Terpadu Bustanul Ulum Lampung Tengah (Lulus tahun 2009) dan pada tahun 2012 penulis telah menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Atas di SMK Widya Yahya Gadingrejo Pringsewu.

Kemudian dengan izin Allah pada tahun 2012 penulis melanjutkan jenjang pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam (KPI).

**Penulis**

**Yuzrian Zadewa**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya milik Allah, Rabb semesta alam. Berkat rahmadt dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul: KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA PEMUDA MUSLIM KARANG TARUNA DI DESA GADINGREJO INDUK KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGEWU.

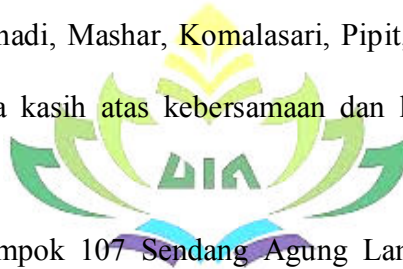
Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Sos.) dalam Ilmu Dakwah konsentrasi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M. Si selaku Dekan fakulats Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memimpin Fakultas Dakwah ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Bambang Budiwiranto, S. Ag., M.A. dan Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos.i selaku kepala jurusan dan sekretaris jurusan KPI Fakultas

Dakwah dan Ilmu Komunikasi beserta Bapak dan Ibu Dosen maupun karyawan seluruh civitas akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

3. Ibu Dr. Fitri Yanti, MA selaku pembimbing I dan Bapak Mubasit, S,Ag. MM selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini, yang dengan kesabaran dan dukungan serta motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepala dan Staff perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung dan perpustakaan Dakwah dan Ilmu Komunikasi atas diperkenankannya penulis meminjam literatur yang dibutuhkan.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu, motivasi, wawasan dan pelayanan kepada penulis.
6. Teman- teman seperjuangan (KPI 2012) : Agus, Aqib, Betti, Endang, Fikri, Hendra, Iman, Ita, Johadi, Mashar, Komalasari, Pipit, Iin, Riki, Robi, Widy, Winda, Yoga. Terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan yang tercipta selama ini.
7. Keluarga KKN Kelompok 107 Sendang Agung Lampung Tengah. Terima kasih atas kebersamaan dan pengalaman yang dapat diambil dari kalian ketika kita bersama kurang lebih 40 hari.
8. Masyarakat Desa Gadingrejo Induk yang telah menyediakan waktunya untuk menjadi objek penelitian penulis.





Akhirnya, semoga skripsi ini berguna bagi diri penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Amin.

Penulis

**Yuzrian Zadewa**  
**NPM. 1241010001**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii

### BAB 1 PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	6
C. Latar Belakang Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	14
F. Metode Penelitian .....	15
G. Tinjauan Pustaka .....	21

### BAB II KOMUNIKASI PERSUASIF DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA

A. Komunikasi Persuasif .....	24
1. Pengertian Komunikasi Persuasif .....	24
2. Prinsip - prinsip Komunikasi Persuasif .....	29
3. Teori Komunikasi Persuasif .....	31
4. Model Komunikasi Persuasif .....	38
5. Metode Komunikasi Persuasif .....	48
6. Tahap – Tahap Komunikasi Persuasif .....	50
7. Efek Komunikasi Persuasif .....	51
8. Hambatan Komunikasi Persuasif .....	53
B. Motivasi Berwirausaha .....	55
1. Motivasi .....	55
a. Jenis-jenis Motivasi .....	58
b. Faktor-faktor Motivasi .....	62
c. Fungsi Motivasi .....	64

2. Berwirausaha .....	65
a. Etika Wirausaha .....	67
b. Tujuan dan Etika Wirausaha .....	70
c. Sikap dan Etika Wirausaha .....	71
d. Ciri-ciri Wirausahawan yang Berhasil .....	72
C. Berwirausaha Dalam Islam .....	73

### **BAB III KARANG TARUNA DESA GADINGREJO INDUK KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU**

A. Gambaran Umum Karang Taruna Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu .....	81
1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian .....	81
2. Visi dan Misi Karang Taruna.....	83
3. Program Kerja Karang Taruna “CEMERLANG” Pekon Desa Gadingrejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu .....	85
4. Keadaan Pemuda Muslim Desa Gadingrejo Induk .....	88
5. Kegiatan Pemuda Muslim di Bidang Budidaya Pertanian Jambu Biji .....	91
B. Proses Komunikasi Persuasif Dalam Berwirausaha .....	95
C. Faktor Pendukung dan Penghambat .....	106

### **BAB IV KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA PEMUDA MUSLIM DI KARANG TARUNA “CEMERLANG” DI DESA GADINGREJO INDUK KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU**

A. Komunikasi Persuasif dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Pemuda Muslim di Karang Taruna “CEMERLANG” Pekon Desa Gadingrejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu .....	111
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Persuasif dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Pemuda Muslim di Karang Taruna “CEMERLANG” Pekon Desa Gadingrejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu .....	120

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. KESIMPULAN.....	124
B. SARAN.....	125

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencarian.....	82
2. Daftar yang Berhubungan dengan Proses Komunikasi.....	111



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami maksud judul proposal ini, maka terlebih dahulu penulis akan memberikan penjelasan tentang istilah-istilah utama. Skripsi ini berjudul : **"KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA PEMUDA MUSLIM KARANG TARUNA DI DESA GADINGREJO INDUK KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU"**.

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau pesan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan)<sup>2</sup>.

Komunikasi bersifat informatif dan persuasif, bergantung pada tujuan komunikator. Dibandingkan dengan komunikasi informatif, komunikasi persuasif lebih sulit, sebab jika komunikasi informatif bertujuan hanya untuk memberi tahu, komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, perilaku, pendapat dan tindakan<sup>3</sup>.

Salah satu teknik komunikasi yang paling mendasar adalah persuasif.

Menurut Olson dan Zanna dalam buku Werner J. Severin dan James W. Tankard

---

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1984) h. 11

<sup>3</sup> Vanny Septiani, *Skripsi Teknik Komunikasi Persuasif Dosen Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Mahasiswa* (Banten: 2011), h.7.

yang berjudul teori komunikasi sejarah, metode dan terapan didalam media massa edisi kelima bahwa persuasif didefinisikan sebagai “perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain”. Banyak riset telah dilakukan berkenaan dengan komunikasi yang ditujukan pada perubahan sikap. Sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. Sikap adalah rasa suka/ tidak suka kita atas sesuatu.<sup>4</sup>

Sedangkan menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul retorika modern pendekatan praktis menjelaskan bahwa persuasif adalah proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Pendapat, sikap dan tindakan adalah fenomena kepribadian, karena itu seorang orator (ahli pidato) perlu mengetahui faktor-faktor yang menentukan kepribadian manusia.<sup>5</sup>

Komunikasi persuasif yang dimaksud penulis adalah cara berkomunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi seseorang sehingga dapat mengubah pendapat, perilaku dan sikap seseorang secara lembut, luwes dan tidak mengandung ancaman.

---

<sup>4</sup> Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa Edisi Kelima*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 177.

<sup>5</sup> Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2014), h. 102.



Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi menurut Greenberg adalah proses membangkitkan, mengarahkan dan memantapkan perilaku arah suatu tujuan.<sup>6</sup>

Kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dari perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya.<sup>7</sup> Dalam kontek bisnis, menurut Thomas W, Zimmerer (1996) dalam buku Abas Sunarya, Sudaryono dan Asep Saefulloh yang berjudul kewirausahaan, “Kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin serta proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar.”<sup>8</sup>

Motivasi dalam menjadi seorang wirausaha dapat diartikan sebagai sesuatu yang melatarbelakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas yang mengarah pada pencapaian suatu kebutuhan, kepuasan dengan membuka suatu usaha atau bisnis. Banyak hal yang membuat orang termotivasi untuk berwirausaha diantaranya yaitu ingin memiliki jabatan yang lebih baik di lingkungannya, keinginan untuk lebih dihormati, keinginan untuk menerapkan ide baru nya, ingin mengembangkan hobi nya sebagai suatu pekerjaan yang menghasilkan dan yang paling banyak membuat orang termotivasi adalah

---

<sup>6</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 101.

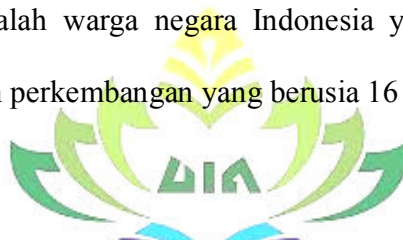
<sup>7</sup> Abas Sunarya, Sudaryono dan Asep Saefullah, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: andi offset, 2011), h. 1.

<sup>8</sup> PO Abas Sunarya, Sudaryono dan Asep Saefullah, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Andi, 2011), h. 1.

menjadikan wirausaha sebagai usaha sampingan apabila orang tersebut terkena PHK.

Jadi motivasi berwirausaha adalah bagaimana cara kita membangkitkan, mengarahkan dan memantapkan perilaku mandiri, mau berinovasi dan mencoba segala peluang usaha demi sebuah tujuan tertentu dengan jiwa pantang menyerah, *opportunity* dan siap mengambil resiko yang akan kita hadapi dalam hal ini kewirausahaan yang akan dilakukan adalah budidaya tanaman jambu biji karena tanaman buah jambu biji sangat mudah dalam perawatannya dan buahnya banyak dibutuhkan perusahaan untuk diproduksi menjadi bahan pangan.

Pemuda adalah penerus bangsa, agen perubahan dari bangsa ini. Dijelaskan dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2009 bahwasanya pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun<sup>9</sup>.



Karang Taruna adalah suatu organisasi kepemudaan yang ada di Indonesia dan merupakan sebuah wadah atau tempat pengembangan jiwa sosial generasi muda, karang taruna tumbuh atas kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial dari masyarakat dan untuk masyarakat itu sendiri khususnya generasi muda yang ada di suatu wilayah desa kelurahan atau komunitas sosial yang

---

<sup>9</sup> Undang-undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2009 tentang kepemudaan.

sederajat, terutama bergerak pada bidang-bidang kesejahteraan sosial.<sup>10</sup> Karang taruna pekon Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu periode 2014-2017 diberi nama “GADING CEMERLANG” yang berada di Desa Gadingrejo Induk adalah wilayah dari kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu yang terletak di bagian timur ibukota kabupaten.

Maksud dari judul skripsi penulis adalah proses dalam mempengaruhi seseorang agar dapat merubah sikap, tindakan dan perilaku seseorang sehingga dapat menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim dengan cara berwirausaha dibidang pertanian yaitu budidaya tanaman buah jambu biji yang dilakukan oleh pemuda muslim karang taruna desa Gadingrejo Induk dengan pendekatan antar individu atau langsung dengan kelompok karang taruna sehingga diharapkan akan menciptakan kekeluargaan serta sifat berani mencoba dan tidak takut akan kegagalan akan sesuatu hal yang baru. Oleh karena itu motivasi yang disampaikan dengan cara pendekatan persuasif itu tertanam dengan kuat didalam diri para pemuda muslim di desa Gadingrejo Induk.

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim di desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu.

---

<sup>10</sup> <http://tunasmuda2014.co.id/p/blog-page.html>, diakses pada 16 januari 2017 21.00

## B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih judul tersebut adalah sebagai berikut :

1. Banyak pemuda muslim pengangguran yang berdampak pada kenakalan para pemuda yang menjurus kearah kriminalitas, untuk itu para pemuda muslim yang tergabung dalam organisasi karang taruna dianjurkan untuk berwirausaha dengan di motivasi menggunakan komunikasi persuasif.
2. Mengingat masalah yang dibahas dalam skripsi ini sangat relevan dengan ilmu komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang merupakan jurusan dari penulis. Penulis merasa mampu untuk mengkaji penelitian ini, serta sumber data lapangan yang di dapat, banyak bahan materi yang dapat mendukung penulis dalam penelitian ini, di samping itu juga lokasi penelitian terjangkau.



## C. Latar Belakang Masalah

Pemuda adalah kaum muda yang harus dilihat sebagai “pribadi” yang sedang berada pada taraf tertentu dalam perkembangan hidup seseorang manusia, dengan kualitas dan ciri tertentu yang khas, dengan hak dan peranan serta kewajiban tertentu dengan potensi dan kebutuhan tertentu pula.<sup>11</sup> Pemuda

---

<sup>11</sup> Nurul Sawitri, Bagus Kisworo, *Partisipasi Pemuda dalam Program Karang Taruna Desa (Studi Pada Pemuda di Dusun Kupang Kidul Desa Kupang Kecamatan Ambarawa)*, Journal Of Non Formal Education and Community Empowerment, ISSN, 2252-6331, h. 45.

merupakan aset bangsa yang sangat mahal dan tak ternilai harganya. Kemajuan atau kehancuran bangsa dan negara banyak tergantung pada kaum mudanya sebagai *agent of change* (agen perubahan). Pada setiap perkembangan dan pergantian peradaban selalu ada darah muda yang memeloporinya.

Pemuda muslim di desa Gadingrejo Induk cukup banyak, banyak dari mereka yang belum mempunyai pekerjaan yang berpenghasilan cukup. Dari beberapa tempat usaha yang banyak terdapat di daerah Gadingrejo Induk diantaranya adalah usaha ternak ayam broiler dan pabrik tahu disitulah para pemuda kebanyakan menghabiskan waktu nya untuk mencari uang, ada yang bekerja dipabrik tahu ataupun hanya menjaga kandang ayam dan mengantar pesanan ayam kepada pembeli. Mereka hanya ingin bekerja dan mendapatkan uang langsung tanpa mempunyai mental yang baik untuk memulai sebuah usaha baru dan memikirkan ide baru untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

Pemuda muslim desa Gadingrejo Induk juga beberapa ada yang merantau demi mencukupi kebutuhan keluarganya, mereka bekerja di pulau jawa dengan menjadi seorang pegawai di pabrik besar dan yang pengangguran juga tidak kalah banyak, kegiatannya hanya nongkrong dengan teman sebayanya, disinilah motivasi sangat penting dilakukan untuk membuat mereka bermental wirausaha, tumbuh jiwa kewirausahaan dan mau membuka suatu usaha baru bersama.

Tanpa mereka sadari bahwa di daerah mereka sendiri bisa dikembangkan sumber daya alam dan sumber daya manusianya agar berkembang dan dapat mensejahterakan masyarakat desanya.



Di dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 11 yang berbunyi :

يُثَبِّتْ لَكُمْ بِهِ الثَّرْعَ وَالْوَيْتُونَ وَالْخَيْلَ وَالْأَعْنَابَ مِنْ كُلِّ الشَّجَرَةِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١١﴾

Artinya: “Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam-tanaman; zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan”.<sup>12</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa Dia (Allah) telah menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanaman-tanaman seperti zaitun, korma, anggur dan tanaman buah buahan lainnya. Dalam hal itu Allah telah memberikan segala nikmat-Nya melalui sumber daya alam yang Dia berikan, untuk bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh manusia yang mau berusaha. Dan Allah menegaskan dalam surat tersebut bahwa sesungguhnya Dia benar-benar ada dan mempunyai kekuasaan yang tiada tandingannya.

Salah satu wadah kepemudaan yang ada di desa adalah karang taruna, karang taruna sendiri adalah organisasi kepemudaan di Indonesia yang merupakan wadah pengembangan generasi muda nonpartisan, yang tumbuh atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat khususnya generasi muda di wilayah desa atau kelurahan atau komunitas sosial sederajat, yang terutama bergerak di bidang kesejahteraan sosial. Sebagai organisasi sosial kepemudaan Karang Taruna merupakan wadah pembinaan dan

---

<sup>12</sup> Al-Qur'an dan Terjemahannya Beserta Transliterasi Arab-Latin Departemen Agama RI Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, Bandung: CV. Gema Risalah Press, 1993, h. 513.

pengembangan serta pemberdayaan dalam upaya mengembangkan kegiatan ekonomis produktif dengan pendayagunaan semua potensi yang tersedia di lingkungan, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang telah ada.

Sebagai organisasi kepemudaan, Karang Taruna berpedoman pada pedoman dasar dan pedoman rumah tangga dimana telah pula diatur tentang struktur pengurus dan masa jabatan di masing-masing wilayah, mulai dari desa atau kelurahan sampai pada tingkat nasional. Semua ini wujud dari pada regenerasi organisasi demi kelanjutan organisasi serta pembinaan anggota Karang Taruna baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang.<sup>13</sup>

Upaya untuk mengembangkan dan mensejahterakan masyarakat di desa, Gadingrejo Induk maka para perangkat desa membentuk suatu organisasi Karang Taruna. Organisasi tersebut dibentuk agar para pemuda desa dapat mengembangkan segala kemampuannya dan kreativitasnya agar berperan aktif dalam membangun desa serta meningkatkan kualitas desa mereka sendiri. Pembangunan yang melibatkan organisasi Karang Taruna tidak terlepas dari hubungan komunikasi antara anggota Karang Taruna dengan masyarakat.

Karang Taruna di desa Gadingrejo Induk sudah sejak lama ada tetapi tidak terlalu aktif karena kesibukan dari masing – masing pengurusnya. Regenerasi organisasi Karang Taruna yang berkelanjutan diharapkan membuat generasi muda mempunyai rasa tanggung jawab yang besar terhadap diri sendiri, sosial dan

---

<sup>13</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Karang\\_Taruna](http://id.wikipedia.org/wiki/Karang_Taruna), diakses pada tanggal 01 Maret 2016.

masyarakat. Dengan demikian generasi muda dapat berpartisipasi dalam pembangunan dengan baik<sup>14</sup>.

Karang taruna desa Gadingrejo Induk mempunyai program kerja yang banyak tapi minim peminat dalam pelaksanaannya, diantara program kerja karang taruna adalah dalam bidang sosial dan lingkungan hidup yaitu dengan mengadakan pelatihan pertanian dengan narasumber penyuluh atau supervisor dari perusahaan besar yang bergerak dibidang pertanian, penyuluh pertanian datang satu bulan dua kali dengan bertempat di rumah salah satu warga desa dengan bertujuan untuk memberi pembelajaran tentang bertani yang modern dan menguntungkan yang berkelanjutan, memberikan solusi atas masalah masalah yang terjadi selama masa tanam dan memberikan motivasi kepada para pemuda muslim desa Gadingrejo Induk untuk tidak malu untuk bertani karena menurut beliau bertani merupakan salah satu pekerjaan yang menguntungkan dan lebih bisa membuat kita semakin dekat dengan Allah SWT. Dalam cara penyampaianya beliau tidak pernah memaksa para pemuda muslim untuk mencintai pertanian beliau menjelaskan bahwa setiap hasil pertanian yang dihasilkan akan di beli semua oleh perusahaannya apabila para pemuda muslim sanggup menanam dengan baik buah yang dibutuhkan oleh perusahaan seperti jambu biji, pepaya dan pisang.

Komunikasi yang baik sangat dibutuhkan untuk memotivasi para pemuda muslim desa Gadingrejo Induk untuk mempunyai motivasi dan mental yang baik

---

<sup>14</sup> Nurul Sawitri, Bagus Kisworo, *Op.cit.*

dan berani, baik itu dalam menjalankan program kerja karang taruna atau dalam berusaha untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang baik, salah satu teknik komunikasi yang berusaha untuk mempengaruhi komunikan baik dalam sifat, perilaku atau tindakan tanpa mengandung ancaman atau tindak kekerasan sedikitpun dan tanpa mereka sadari, itulah yang disebut dengan teknik komunikasi persuasif.

Teknik komunikasi persuasif adalah suatu proses dimana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya.<sup>15</sup> Komunikasi persuasif merupakan cara berkomunikasi yang mudah tanpa adanya paksaan dari seorang komunikator kepada komunikannya. Model komunikasi ini diharapkan mampu merubah cara berpikir, berperilaku, dan cara pandang seseorang atau komunitas yang menjadi komunikan tanpa mereka sadari. Dalam hal ini yang menjadi sasaran sebagai komunikan adalah pemuda Karang Taruna Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu.

Komunikasi persuasif yang berlangsung antara komunikator dan komunikan (Pemuda Muslim Karang Taruna Pekon Desa Gadingrejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu) merupakan wujud dari sikap saling peduli dan tolong menolong antara sesama makhluk hidup di dunia ini. Dengan adanya komunikasi persuasif diharapkan mampu mengurangi pemuda untuk bekerja di

---

<sup>15</sup> D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005) h. 5.

daerah lain, sehingga pemuda dapat mengoptimalisasikan potensi yang dimiliki oleh daerah tempat tinggalnya.

Usaha yang dilakukan manusia demi kesejahteraan bersama salah satunya dengan meningkatkan motivasi dalam berwirausaha melalui komunikasi persuasif kepada pemuda muslim Karang Taruna Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. Usaha ini diharapkan memberikan dampak positif yang dapat berguna dan berimplikasi pada kemauan pemuda muslim dan masyarakat dalam mensejahterakan kehidupannya.

Memotivasi merupakan salah satu faktor kunci untuk bekerja dan mencapai kinerja yang tinggi, dalam melakukan motivasi dengan menggunakan komunikasi persuasif berarti kita melakukan cara mempengaruhi dari luar diri. Rumus teknik komunikasi persuasif dalam memotivasi adalah ADIDAS yaitu Attention (perhatian yang penuh), Desire (hasrat dan keinginan yang membara), Interest (minat dan kepentingan), Decision (keputusan yang tepat), Action (tindakan nyata), Satisfaction (hasil yang dicapai)<sup>16</sup>. Efek dari motivasi yang dilakukan dengan komunikasi persuasif hasilnya adalah baik, pemuda muslim atau komunikan yang diberikan motivasi akan bersikap positif dengan pekerjaannya, menunjukkan perhatian yang tulus terhadap pekerjaan orang lain, selalu menjaga keseimbangan sikap disituasi apapun, dan selalu berfikir positif dari suatu kejadian.

---

<sup>16</sup> Mangkunegara, Anwar Prabu, *Evaluasi Kinerja SDM*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), h. 77.



Motivasi sangat diperlukan oleh para pemuda muslim desa gading rejo induk untuk membangun mental mereka agar dapat melakukan sesuatu, memulai sesuatu dengan rasa percaya diri tinggi serta berani mengambil keputusan dan menghadapi resiko.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: *Komunikasi Persuasif dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Pemuda Muslim Karang Taruna di Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu.*

#### **D. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim Karang Taruna di Pekon Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu?
2. Apakah faktor pendukung dan penghambat dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim Karang Taruna di Pekon Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu?

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

- a. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif pengurus karang taruna pekon desa gading rejo kepada pemuda muslim Desa Gadingrejo dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim Desa Gadingrejo Induk.

### **2. Manfaat penelitian**

#### **a. Teoritis**

Sebagai sumbangsih pemikiran penulis terkait dalam memberikan informasi mengenai proses komunikasi dalam usaha memberikan motivasi secara persuasif kepada pemuda muslim karang taruna Desa Gadingrejo Induk ataupun masyarakat umum.

#### **b. Praktis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi pemuda muslim desa karang taruna Gadingrejo dalam merancang pendekatan komunikasi terutama dalam mengembangkan tehnik komunikasi persuasif.

#### **c. Akademis**

Sebagai pelaksanaan tugas akademik, yaitu sebagai tambahan informasi yang bermanfaat bagi pembaca yang berkepentingan dan sebagai suatu



sumber referensi bagi kepentingan keilmuan dalam mengatasi masalah yang sama atau terkait dimasa yang akan datang guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Islam pada Universitas Islam Negeri Lampung (UIN).

## **F. Metodologi Penelitian**

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Sedangkan penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pemahamannya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta.<sup>17</sup> Agar proposal ini berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan maka diperlukan metode yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas dan relevan dengan teknik penulisan karya ilmiah.

### **1. Jenis dan sifat penelitian**

#### **a. Jenis penelitian**

Dilihat dari tempat (lokasi) penelitian ini adalah termasuk penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian kancan kehidupan atau lapangan kehidupan masyarakat, yang bertujuan menghimpun data dan informasi tentang masalah tertentu mengenai kehidupan masyarakat yang menjadi objek penelitian.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Cholid Norobuko dan Ahmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara 1997). h. 1.

<sup>18</sup> Wardi Bachdir, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), h. 14.

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto penelitian lapangan ( *Field Research* ) yaitu “ penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.<sup>19</sup> Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang berkenaan dengan komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim desa Gading Rejo Induk kecamatan Pringsewu.

#### **b. Sifat penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu suatu metode dalam meneliti suatu objek yang bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis dan objektif, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, ciri-ciri serta hubungan diantara unsur-unsur yang ada atau fenomena tertentu<sup>20</sup>.

Dalam penelitian ini akan digambarkan tentang teknik komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu.

---

<sup>19</sup> Suharsismi Arikunto, *Dasar-Dasar Research*, (Bandung: Tarsito, 1995), h. 95.

<sup>20</sup> Kaelan, M.S, *Metodologi Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*, (Yogyakarta: Paradigma, 2005), h. 58.



## 2. Populasi dan sampel

### a. Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>21</sup> Dari definisi ini dapat dipahami bahwa populasi adalah seluruh objek/subjek yang dipelajari dan seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang menjadi fokus penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pemuda Desa Gadingrejo Induk yang berjumlah 46 orang.

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari keseluruhan objek sesungguhnya dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah *non random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberi kesempatan untuk dipilih menjadi sampel. Untuk lebih jelasnya teknik *non random sampling* yang penulis gunakan adalah *Purposive Sampling* (Sampel Purposif) yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang

---

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 80.

dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.<sup>22</sup>

Berdasarkan pendapat di atas kriteria atau ciri-ciri dalam pengambilan sampel penelitian ini sebagai berikut:

1. Pemuda muslim yang telah menyelesaikan pendidikan sekolah menengah atas (SMA) dan sederajat.
2. Pemuda muslim yang aktif dalam organisasi kepemudaan karang taruna desa.
3. Pemuda muslim yang mampu mencari lahan atau memiliki lahan sendiri.

Berdasarkan kriteria atau ciri-ciri tersebut, yang sudah penulis tentukan maka yang mewakili sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 orang pemuda muslim dengan 4 orang motivator.

### **3. Metode pengumpulan data**

Untuk memudahkan dalam pengambilan data lapangan penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

#### **a. Metode Interview**

Metode interview adalah proses tanya jawab antara dua orang atau lebih berhadapan secara fisik, mendengarkan informasi atau keterangan.<sup>23</sup> Interview yang digunakan adalah interview bebas terpimpin yaitu melakukan wawancara dilakukan dengan sederet pertanyaan lengkap dan

---

<sup>22</sup> Rosady Ruslan, S.H., M.M. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafinda Persada), h.20.

<sup>23</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metode Research*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 65.

terperinci juga bebas menanyakan apa saja dan pertanyaan masih dapat berkembang sesuai dengan jawaban yang diberikan responden.<sup>24</sup>

Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data dari pengurus dan pemuda muslim karang taruna Desa Gadingrejo Induk yang akan dikembangkan dengan pedoman interview. Interview ini penulis tujuan untuk pemuda muslim jarang taruna desa Gadingrejo Induk yang telah ditentukan dalam penelitian ini.

#### **b. Metode Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung.<sup>25</sup> Observasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data langsung dari objek penelitian, tidak hanya terbatas pada pengamatan saja melainkan juga pencatatan guna memperoleh data-data yang lebih konkret dan jelas.<sup>26</sup>

Dalam penelitian ini, penulis mendatangi langsung lokasi yang menjadi tempat penelitian, kemudian meneliti, mengamati dan mencatat kegiatan Karang Taruna di Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Peringsewu.

---

<sup>24</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid III* (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM T.th), h. 127

<sup>25</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 98.

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 99.

### c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan ke objek penelitian. Dokumentasi dapat berupa catatan, buku harian, notulen rapat, majalah, buletin dan sebagainya.<sup>27</sup>

Pendapat di atas dapat dipahami, bahwa metode dokumentasi adalah mencari data yang dimuat dalam buku harian, catatan rapat, buletin dan lain sebagainya. Metode ini penulis gunakan untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat terhadap wirausaha pertanian dan motivasi masyarakat untuk berwirausaha mandiri.

### 4. Analisis data

Menurut Kartini Kartono dalam bukunya yang berjudul Pengantar Metodologi Research, Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema, dan dirumuskan tema dan hipotesa kerja seperti yang disarankan oleh data.<sup>28</sup>

Untuk menghasilkan hasil yang benar dalam menganalisa data digunakan metode analisa kualitatif, hal ini mengingat data yang dihimpun bersifat kualitatif yaitu digambarkan dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk diambil sebuah

---

<sup>27</sup> Irawan Suhartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 70.

<sup>28</sup> Kartini Kartono, *Op. Cit*, h. 32.



kesimpulan.<sup>29</sup> Dalam menarik kesimpulan akhir penulis menggunakan metode berfikir induktif, berfikir induktif yaitu berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang umum kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang umum itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat khusus.<sup>30</sup>

## G. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini penulis memaparkan dua penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu tentang komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna Desa Gadingrejo Induk Pringsewu.

Pada Tahun 2011, Vanny Septiani, NIM 061570, dengan judul “Tekhnik Komunikasi Persuasif Dosen Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Mahasiswa” dalam skripsi ini membahas tentang bagaimana tehnik komunikasi persuasif bisa meningkatkan prestasi belajar mahasiswa (Studi Deskriptif di Kelas Non Reguler Angkatan 2008 di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif.

Dari hasil penelitian itu maka diperoleh hasil bahwa para dosen dalam meningkatkan prestasi belajarnya menggunakan lima tehnik komunikasi persuasif, dianta ranya adalah: tehnik asosiasi, tehnik integrasi, tehnik

---

<sup>29</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 13), h. 132.

<sup>30</sup> Sutrisno Hadi, *Op. Cit*, h. 42.

ganjaran, tehnik tataan dan tehnik *red-herring*. Demi berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Formula AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*) dijadikan landasan pelaksanaan. Setelah para dosen melakukan tehnik tersebut secara sistematis, maka prestasi belajar mahasiswa non-reguler akan meningkat.

Pada Tahun 2015, Moh. Agung Surianto, dengan judul “Pembangunan Potensi Karang Taruna Melalui Kemandirian Wirausaha Berbasis Potensi Lokal Di Kabupaten Gresik” dalam skripsi ini membahas tentang bagaimana mengembangkan karang taruna dengan sumber daya yang ada didaerah lokal.

Dengan program yang dilaksanakan dalam bentuk peningkatan pemuda entrepreneur pola pikir, pelatihan pengolahan ikan, pemasaran dan administrasi keuangan juga program konsultasi. Hasil dari program ini adalah munculnya start-up bisnis dan PIRT (Perizian Industri Rumah Tangga) dinas kesehatan Kabupaten Gresik untuk produk ikan olahan.

Berbeda dengan isi skripsi penulis, skripsi penulis membahas tentang bagaimana komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha dalam bidang pertanian khususnya budidaya tanaman jambu biji kepada pemuda muslim desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu dengan pendekatan komunikasi persuasif dan dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi kualitatif.

Dengan menggunakan komunikasi persuasif dalam memotivasi pemuda muslim di desa Gadingrejo Induk diharapkan pemuda muslim mau untuk

membuka suatu usaha baru dibidang pertanian yaitu berwirausaha budidaya tanaman jambu biji dengan memanfaatkan potensi lokal seperti lahan yang ada didaerah Gadingrejo Induk dan para masyarakatnya.

Hasil yang diharapkan tercapai adalah pemuda muslim desa Gadingrejo Induk mempunyai usaha sendiri yang mandiri serta dapat memperbaiki ekonomi mereka dan desa Gadingrejo Induk menjadi desa agrowisata tanaman buah jambu biji yang ada di Pringsewu Lampung.



## BAB II

### KOMUNIKASI PERSUASIF DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA

#### A. Komunikasi Persuasif

##### 1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Manusia terlahir sebagai makhluk sosial, yang tidak bisa hidup tanpa orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Berbagai macam cara dan upaya dilakukan oleh manusia, dimana komunikasi menjadi salah satu sarana mutlak keberadaannya, guna mencapai kebutuhan-kebutuhannya tersebut.

Komunikasi merupakan aktualisasi diri agar orang lain mengetahui bahkan merespon keinginan manusia, maka terjadilah suatu proses komunikasi yang berkesinambunga. Dengan kata lain, komunikasi merupakan proses saling mempengaruhi antara dua orang atau lebih, dengan menggunakan sarana tertentu, baik sarana yang berada dalam diri manusia (internal) maupun yang berada diluar diri manusia (eksternal), sehingga tercapai suatu keputusan-keputusan tertentu bagi yang membutuhkan.

Berbagai macam definisi pengertian dari para ahli mengenai komunikasi ini. “Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama yang disini maksudnya adalah sama makna”.<sup>31</sup> Proses komunikasi melibatkan

---

<sup>31</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 9.

dua orang atau lebih, baik secara langsung atau tatap muka, maupun dengan menggunakan media.

Menurut Carl I. Hofland dalam Onong Uchjana Effendy, pengertian komunikasi adalah “upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap”. Sementara menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Onong Uchjana Effendy, “komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih”.<sup>32</sup> Untuk lebih jelasnya, para ahli memberikan batasan-batasan dan pengertian dari pengertian komunikasi, yaitu:

- a. James A. F. Stoner dalam Deddy Mulyana, dalam bukunya yang berjudul: *Manajemen*, menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan.
- b. John R. Schermerhorn cs dalam Deddy Mulyana. Dalam bukunya yang berjudul: *Managing Organizational Behavior*, menyatakan bahwa komunikasi itu dapat diartikan sebagai proses antara pribadi dalam mengirimkan dan menerima symbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> *Ibid.*, h. 10.

<sup>33</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), h. 69.

c. Willian F. Glueek (dalam Widjaja), dalam bukunya yng berjudul: Manajemen, menyatakan bahwa komunikasi dapat dibagi dalam dua bagian utama, yaitu:

- 1) *Interpersonal Communication*, komunikasi antar pribadi yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.
- 2) *Organizational Communication*, yaitu dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian informasi kepada orang banyak di dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga di luar yang ada hubungannya.<sup>34</sup>

Penulis dapat jelaskan bahwa batasan pengertian dari beberapa ahli tersebut menyatakan komunikasi sebagai suatu proses terbentuknya kegiatan antara dua orang atau lebih, dimana di dalam nya terdapat seorang (komunikator) yang memiliki, ide dan informasi untuk disampaikan kepada orang lain (komunikan), sehingga terciptanya suatu stimulus atau respon yang dapat menghasilkan keputusan dan tindakan yang berarti bagi yang membutuhkannya.

---

<sup>34</sup> Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 8.



Pada dasarnya para pelaku komunikasi menginginkan agar kegiatan komunikasi berjalan efektif. Untuk memenuhi keinginannya tersebut, tidak sedikit pelaku komunikasi yang mengikuti saran para ahli. Salah satu nya yaitu saran dari Harold Lasswell, sering juga disebut paradigma Laswell yang mengemukakan bahwa “Cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan: *who says what in which channel to whom with what effect* (Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa)”<sup>35</sup>

Dengan demikian, bahwa dalam melakukan secara efektifitas diperlukan komunikasi secara efektif diperlukan jawaban yang tepat atas pertanyaan tersebut, yaitu:

- a. Komunikator (*communicator, source, sender*).
- b. Pesan (*message*).
- c. Media (*channel, media*).
- d. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*).
- e. Efek (*effect, impact, influence*).<sup>36</sup>

Kelima jawaban tersebut akhirnya dijadikan sebagai sumber unsur atau komponen dalam komunikasi, dan sangat dibutuhkan oleh para pelaku komunikasi yang mengharapkan kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

---

<sup>35</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2007), h. 253.

<sup>36</sup> *Ibid*, h. 254.

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi yang telah disebutkan, dapat dijelaskan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan untuk terciptanya saling pengertian diantara keduanya.

Istilah Persuasif bersumber pada perkataan latin “*Persuasio*” memiliki kata kerja “*Persuadere*” yang berarti membujuk, mengajak atau merayu.<sup>37</sup>

Menurut Applbaum,

“Persuasi adalah proses komunikasi yang dilakukan orang untuk menyampaikan pesan menggunakan cara verbal atau non verbal dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan tertentu dari orang lain. Sedangkan Menurut Larson, persuasi adalah sebuah proses yang mengubah sikap, kepercayaan pendapat atau tingkah laku penerima, yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol”.<sup>38</sup>

Pengertian lain Menurut Tan, komunikasi persuasif adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dengan lambang bahasa) untuk mempengaruhi perilaku orang lain (komunikan).<sup>39</sup> Yosep Ilardo mengartikan komunikasi persuasif hakikatnya adalah penyampaian pesan dengan tujuan untuk mengubah kepercayaan, sikap, dan perilaku melalui aspek-aspek psikologis.<sup>40</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diutarakan, maka dapat dipahami bahwa komunikasi persuasif adalah suatu proses penyampaian pesan

---

<sup>37</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 125.

<sup>38</sup>Nashor, *Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pengembangan Masyarakat Madani* (Pustakamas, 2011), h. 23.

<sup>39</sup>M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi* (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah Iain Rden Intan Lampung, 2009), h. 36.

<sup>40</sup>*Loc. Cit.*

dari komunikator kepada komunikan untuk mengubah kepercayaan, sikap, dan perilaku dengan mempengaruhi aspek-aspek psikologis komunikan. Jalaludin Rahmat menyatakan,

“Ketiga perubahan perilaku, yaitu efek kognitif berkaitan dengan perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap, serta nilai. Efek behavioral, yaitu yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku”.<sup>41</sup>

Komunikasi Persuasif dalam kerangka Dakwah adalah komunikasi yang senantiasa berorientasi pada segi-segi psikologis mad'u dalam rangka membangkitkan kesadaran mereka untuk menerima dan melaksanakan ajaran Islam.<sup>42</sup> Komunikasi persuasif pada prinsipnya sama dengan komunikasi pada umumnya. Komunikasi persuasif bertujuan mempengaruhi sikap, bahkan perilaku komunikan.<sup>43</sup>



## **2. Prinsip-prinsip Komunikasi Persuasif**

Keberhasilan Seorang komunikator dalam mempengaruhi komunikan dapat ditentukan dengan penanaman prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Menurut Devito, komunikasi persuasif akan berhasil bila mempertimbangkan

---

<sup>41</sup>Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 455

<sup>42</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 125.

<sup>43</sup>Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik: Konsep Dan Pendekatan* (Bandung: Refika Offset, 2007), h. 211.

prinsip-prinsip komunikasi persuasif yaitu Pemaparan yang selektif (*Selective Exposure Principle*), Partisipasi Audiens (*The Audience Participation Principle*), Suntikan (*Inoculation Principle*), Perubahan yang besar (*The Magnitude Change Principle*). Adapun pengertian prinsip-prinsip komunikasi persuasif tersebut, dapat dipahami sebagai berikut:

a. Pemaparan yang selektif (*Selective Exposure Principle*)

Prinsip ini menekankan pada aktivitas komunikan (penerima pesan) yang secara aktif mencari informasi yang dapat mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan dan perilaku mereka. Komunikator perlu mempertimbangkan prinsip ini, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh komunikan.<sup>44</sup>

b. Partisipasi Audiens (*The Audience Participation Principle*)

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa komunikasi bukan sekedar proses transmisi pesan, melainkan juga transaksional. Semakin besar dan sering audiens berpartisipasi dalam komunikasi, semakin besar pula kemungkinan persuasi terjadi.<sup>45</sup>

c. Suntikan (*Inoculation Principle*)

Prinsip ini berasumsi bahwa audiens telah memiliki keyakinan tertentu yang kuat sebelumnya. Prinsip ini menekankan pentingnya komunikator menghargai keyakinan yang dipegang oleh inoculation audiens dengan

---

<sup>44</sup>*Ibid.* h. 212.

<sup>45</sup>*Ibid.*

tidak menolak atau membantah keyakinan atau kepercayaan mereka, namun menggunakan strategi memberi antibodi, yaitu argumen rasional dan pembuktian atas kesalahan keyakinan yang dianut inoculation audience.

d. Perubahan yang besar (*The Magnitude Change Principle*)

Prinsip ini menekankan pada pandangan bahwa perubahan akan lebih mudah dilakukan pada tahap yang paling kecil. Semakin besar perubahan yang diharapkan, semakin besar argumentasi dan bukti yang harus dipaparkan oleh komunikator.<sup>46</sup>

### 3. Teori Komunikasi Persuasif

a. *Social Judgment Theory*

Teori ini dikembangkan pertama kali oleh M. Sherif dan Hovland pada tahun 1961.<sup>47</sup> Teori ini didasarkan atas peta kognitif kita sendiri terhadap pesan tersebut. Seseorang menerima atau menolak suatu pernyataan atau pesan-pesan tertentu, bergantung pada egonya sendiri. Ketika orang menerima pesan, baik verbal maupun nonverbal, mereka dengan segera menjudge (memperkirakan, menilai) dimana pesan harus ditempatkan dalam bagian otak dengan cara membandingkan dengan pesan-pesan yang diterima selama ini. Teori ini juga menjelaskan tentang bagaimana individu menilai pesan-pesan

---

<sup>46</sup>*Ibid.* h. 212-213.

<sup>47</sup>Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, Dan Kepustakaan* (Jakarta: PT Bumi Aksara), h. 109.

yang mereka terima. Ia juga mampu memprediksi bahwa seseorang menerima atau menolak terhadap pesan-pesan yang masuk.

b. *Inoculation Theory* (Teori Suntikan)

Diungkapkan pertama kali oleh William Mcguire Tahun 1961. Teori ini digunakan untuk menjelaskan sifat kekebalan atau ketahanan yang lebih besar terhadap diri seseorang. Atau dalam konteks ini adalah proses suplai informasi kepada penerima dilakukan sebelum komunikasi terjadi, dengan harapan bahwa informasi yang dikirimkannya mampu membuat penerima lebih resistan.<sup>48</sup> Dalam aplikasinya teori ini dalam sifat penyajiannya suatu pesan dianggap penting kedudukannya. Hal ini dimaksudkan agar pesan-pesan diterima oleh audiens dengan benar sesuai dengan harapan penyajinya.

c. *Balance Theory* (Teori Keseimbangan)

Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Frits Heider dan Theodore Newcomb Tahun 1946. Teori Keseimbangan menjelaskan ketika tekanan diantara orang-orang meningkat, mereka akan berusaha untuk mengurangi tekanan ini melalui persuasi diri atau mencoba membujuk (mempersuasi) orang lain.<sup>49</sup>

Teori keseimbangan termasuk kategori humanistik, meskipun dalam situasi tertentu bisa bersifat objektif dan deterministik. Secara epistemologis,

---

<sup>48</sup>*Ibid.* h. 110.

<sup>49</sup>*Ibid.* h. 111.



teori ini memiliki kebenaran yang multi, yang ditenggarai bahwa manusia mencoba mengurangi tekanan-tekanannya dengan cara mempesuasi diri atau orang lain. Sementara itu secara ontologis teori ini mewakili kebebasan berkemauan, orang bebas memilih apakah suka atau tidak suka terhadap sesuatu yang dihadapinya. Sedangkan secara aksiologis teori memiliki muatan nilai (value-laden), proposisi-proposisi teoritisnya bersifat subjektif dan bias.

d. *Rank's Model*

Teori ini lengkapnya disebut dengan Rank's Model Of Persuasion. Teori ini dikembangkan oleh Hugh Rank pada tahun 1976. Teori ini menegaskan bahwa persuaders (orang-orang yang melakukan persuasi) menggunakan dua strategi utama untuk mencapai tujuan-tujuannya. Dua strategi ini secara baik disusun kedalam dua skema, yaitu Intensify (Pemerkuatan, Pengintensifan) dan Downplay (Pengurangan).<sup>50</sup> Teori ini juga menegaskan bahwa kita melakukan penjelasan dengan penuh kesadaran atau setengah sadar.



e. *Source Credibility Theory* (Teori Kredibilitas Sumber)

Teori ini dikembangkan oleh Hovland, Janis, Dan Kelley tahun 1953 (Communication Capstone, 2001). Teori menjelaskan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dibujuk (dipersuasi) jika sumber-sumber persuasinya (bisa komunikator itu sendiri) memiliki kredibilitas yang cukup.

---

<sup>50</sup>*Ibid.* h. 112.

Setidaknya terdapat 3 model guna mempersempit ruang lingkup teori kredibilitas ini, yakni :

- 1) *Factor Model* (suatu pendekatan *Covering Laws*<sup>51</sup>), membantu menetapkan sejauh mana pihak penerima menilai kredibilitas suatu sumber.
- 2) *Functional Model* memandang kredibilitas sebagai tingkat dimana suatu sumber mampu memuaskan kebutuhan-kebutuhan individu penerima.
- 3) *Constructivist Model* (suatu pendekatan human action) menganalisis apa yang dilakukan penerima dengan adanya usulan-usulan sumber.<sup>52</sup>

f. *Congruity Theory* (Teori Kecocokan)

Teori ini lahir pada tahun 1955, dikembangkan oleh C. Osgood dan P. Tannenbaum. Teori ini berfungsi untuk menjelaskan suatu peristiwa dua orang yang berbeda pendapat tentang suatu objek atau peristiwa.<sup>53</sup>

Kita yang berkedudukan sebagai pihak ketiga berupaya untuk mengharmonikan kedua perbedaan tersebut dengan cara mengobservasi materi atau masalah yang diperdebatkan. Dengan mengambil kebijakan atau

---

<sup>51</sup>Covering Law Adalah Metode Pendekatan Empiris Logis Untuk Menjelaskan Suatu Objek Dengan Cara Setidaknya Melibatkan Satu Keterlibatan Hukum Alam.

<sup>52</sup>*Ibid.* h. 114.

<sup>53</sup>*Ibid.* h. 115.

kesimpulan tertentu maka kedua perbedaan tadi bisa disesuaikan atau dicocokkan.

g. *Belief Congruency* (Kecocokan, Kesamaan)

Teori ini diperkenalkan oleh M. Rokeah, pada tahun 1965. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat suatu hierarki kepercayaan, sikap, dan nilai. Kepercayaan adalah blok bangunan sikap, jadi suatu sikap merupakan suatu pemadatan dari banyak kepercayaan, dan banyaknya sikap bisa menggabung menjadi suatu nilai. Kepercayaan, sikap, dan nilai-nilai merupakan aspek yang saling berkaitan satu sama lain dan diranking menjadi suatu sistem kepercayaan.<sup>54</sup>

h. *Cognitive Dissonance* (Ketidak Cocokan Atau Konflik)

Teori ini dikembangkan oleh Leon Festinger pada tahun 1962. Dissonance artinya ketidak cocokan. Teori ini menjelaskan adanya konflik atau konflik kepercayaan ketika orang akan menentukan suatu tindakan.<sup>55</sup> adanya konflik kepercayaan berkaitan dengan orang lain. Ketidak cocokan (dissonance) ini dapat menimbulkan tekanan-tekanan tertentu pada diri orang, dan penurunan tekanannya secara otomatis bisa dicari dengan cara mengubah penilaian kita terhadapnya.

Sikap atau kepercayaan bisa berubah karena adanya terpaan informatif yang selektif dan terus menerus, meskipun untuk kepercayaan, terutama yang berkaitan dengan keyakinan agama, sangat sulit untuk diubah. sikap dan kepercayaan yang dimaksud disini adalah yang menyangkut sesuatu yang akan dilakukan seseorang atau sekelompok orang.

---

<sup>54</sup>*Ibid.* h. 116.

<sup>55</sup>*Ibid.* h. 117.

i. *Reinforcement Theory* (Teori Penguatan)

Teori ini dikembangkan oleh Hovland, Janis dan Kelly pada tahun 1967. Teori ini menjelaskan bahwa faktor penguatan (*Reinforcement*) bisa mengubah pandangan dan sikap seseorang. Bentuk penguatan itu, seperti pemberian perhatian (*Attention*), pemahaman (*Comprehension*), dan dukungan penerimaan (*Acceptance*).<sup>56</sup> Sebelum pendapat atau pandangan baru diadopsi, audiens biasanya mempertimbangkan aspek atensi, komprehensi, dan akseptasi (perhatian, pemahaman dan dukungan penerimaan). Dalam hal seperti ini, komunikator perlu menyusun pesan-pesan yang menarik perhatian dan juga mudah dipahami oleh audiens. Dan yang lebih penting dari itu adalah pesan-pesan yang dibuatnya haruslah mengandung aspek penguatan terhadap validitas ide yang disampaikan.

j. *Information Manipulation Theory*

Teori ini juga disebut sebagai teori manipulasi informasi. Teori ini dikembangkan oleh Steve A. Mc Cormack pada tahun 1992. Teori menjelaskan tentang orang yang mempunyai maksud dan tujuan untuk menipu lawan bicaranya agar mendapat alasan tertentu.<sup>57</sup> Ada empat perkataan atau pribahasa (*Maxim*) dalam teori ini, yakni :

- 1) *Maxim Of Quantity* yang menunjukan kepada harapan seseorang bahwa percakapannya akan sangat informatif.

---

<sup>56</sup>*Ibid.* h. 118.

<sup>57</sup>*Ibid.* h. 119.

- 2) *Maxim Of Quality*, yang merujuk kepada harapan seseorang bahwa informasi yang disampaikan benar dan lengkap.
- 3) *Maxim Of Relation* yang menggambarkan adanya kontribusi atas informasi yang relevan terhadap percakapan yang dilakukan.
- 4) *Maxim Of Manner*, yang mengaitkan bagaimana sesuatu itu dikatakan dan bukannya apa yang dikatakan.

k. *Elaboration Likelihood Model* (ELM)

Teori ini dikembangkan Petty dan Cacioppo pada tahun 1986. Dalam ELM terdapat dua jalan persuasi, yakni jalan utama (*Central*) dan jalan tambahan (*Peripheral*). Jalur central menggunakan elaborasi pesan yang menghasilkan suatu perubahan besar sikap positif. Jalur kedua atau tambahan digunakan teknik enam pesan yang tidak relevan melalui isyarat atau petunjuk (*Clues*) yang relevan melalui isyarat atau petunjuk (*Clues*) yang tidak relevan guna mendatangkan suatu respons cepat pada perubahan sikap yang tidak besar.<sup>58</sup>

l. *Attributio Theory* (Teori Petalian)

Dikembangkan oleh Heider pada tahun 1958. Teori ini menjelaskan sebab-sebab terjadinya perilaku pada diri seseorang, mencoba menjelaskan sebab-sebab orang berperilaku, serta menjelaskan pertalian (*Attribution*) sebab atau alasan mengapa orang berperilaku seperti itu.<sup>59</sup> Teori ini berasumsi pada teori humanistik. Tidak ada hubungan yang pasti antara perilaku seseorang dengan sebab-sebab yang melatar belakangnya atau yang ditimbulkan. Sebab

---

<sup>58</sup>*Ibid.* h. 120.

<sup>59</sup>*Ibid.* h. 122.

orang memiliki keunikannya sendiri, yang secara bebas berbuat sesuai dengan keinginannya sendiri.

Berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang telah disebutkan secara detail, dapat dipahami bahwa seorang komunikator harus memilih prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang tepat, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan tertanam oleh komunikan.

#### **4. Model Komunikasi Persuasif**

Setiap komunikasi yang dilakukan oleh manusia memiliki model tersendiri, termasuk komunikasi persuasif. Dalam upaya mentransfer pesan kepada komunikan dibutuhkan model komunikasi agar pesan yang disampaikan terstruktur atau sistematis. Model adalah cara untuk menunjukkan sebuah obyek yang mengandung kompleksitas proses didalamnya dan hubungan antara pendukungnya, tulis Denis dan Windhal.<sup>60</sup>

Komunikasi persuasif memiliki beberapa model antara lain: model komunikasi persuasif Aristoteles, model komunikasi persuasif Mc Guire, model Hovland, model Deddy Djameluddin Malik, model SMCR, dan model persuasif menurut Hug Rank.

Adapun pengertian dari model-model komunikasi persuasif tersebut sebagai berikut:

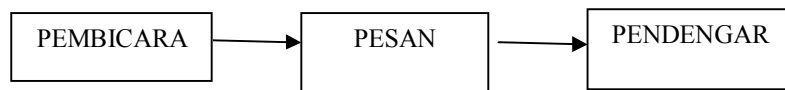
---

<sup>60</sup>Nashor, *Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pembangunan Masyarakat Madani*, (Pustakamas, 2011), h. 29.



a. Model Komunikasi Persuasif Komunikasi Aristoteles

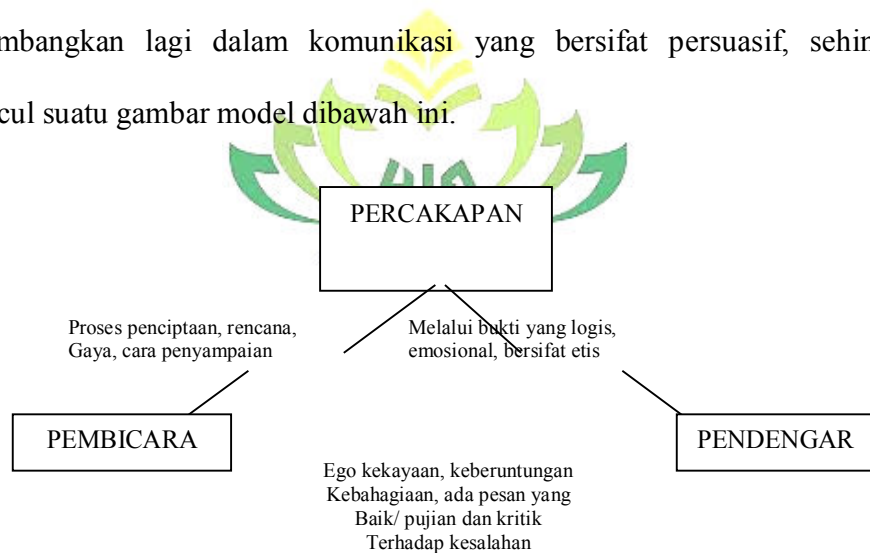
Model komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Aristoteles menekankan tiga unsur penting, yaitu pembicara, pesan dan pendengar. Berikut adalah gambar model komunikasi persuasif dari Aristoteles.



Gambar 02. Sumber: Schneider<sup>61</sup>

Gambar di atas dapat dipahami bahwa ada tiga unsur dalam model komunikasi persuasif yang tidak dapat dipisahkan yakni, pembicara, pesan, dan pendengar. Dalam pengertian lain, Pembicara (komunikator) menyampaikan pesan kepada pendengar (komunikan).

Ide dasar model diatas yang dikemukakan Aristoteles kemudian dikembangkan lagi dalam komunikasi yang bersifat persuasif, sehingga muncul suatu gambar model dibawah ini.



Gambar 03. Sumber: Schneider<sup>62</sup>

<sup>61</sup>*Ibid.* h. 30.

<sup>62</sup>*Ibid.* h. 31.

Dengan demikian, melihat Gambar tersebut dapat dipahami bahwa, ketika Pembicara (komunikator) akan menyampaikan pesan, maka ada beberapa yang yang harus dipersiapkan terlebih dahulu, seperti proses penciptaan berkenaan tentang pilihan materi yang akan disampaikan, kemudian komunikator juga harus memperhatikan cara penyampaian kepada pendengar yang disertai dengan bukti-bukti yang logis, bersifat etis, sehingga pesan yang disampaikan akan diterima oleh komunikan.

b. Model Komunikasi Persuasif Menurut Mc. Guire

Tahapan persuasi	Komponen-komponen komunikasi			
	Sumber	Hejit	Saluran	Penerima
Perhatian	✓	✓		✓
Pengertian	✓	✓		✓
Pengaruh		✓	✓	✓
Ingatan/ memori		✓		✓
Aksi/ tindakan				✓

Tabel 01. Sumber : Mc. Guire dalam Tan<sup>63</sup>

<sup>63</sup>*Ibid.* h. 32.

Adapun penjelasan tentang kelima langkah atau tahapan-tahapan persuasif Model Komunikasi Persuasif Menurut Mc. Guire dapat dipahami sebagai berikut:

1) Tahapan Perhatian

Untuk menarik perhatian pendengar, komunikator harus mampu menyajikan pesan pertama kali pesan tersebut harus mengesankan dan membawa makna bagi si penerima. Pada tahap perhatian ini, dapat dipahami bahwa tahapan perhatian sebagai langkah awal dalam menciptakan kesan pertama, sebagai upaya komunikator untuk menarik perhatian komunikan.

2) Tahapan Pengertian

Hal-hal yang mudah dimengerti akan mudah pula tertanam dalam pikiran seseorang. Oleh sebab itu mengutarakan pesan harus diusahakan uraiannya mudah dimengerti.

3) Tahapan Pengaruh

Semakin banyak memberikan faedah akan membentuk sekumpulan kekuatan pengaruh dan menciptakan perubahan sikap atau opini baru.

4) Tahapan Ingatan

Pada tahapan ingatan mengandung makna yang sangat besar, dimana uraian-uraian yang dianggap berguna akan diingat-ingat atau diresapkan atau uraian tersebut akan tinggal lama dalam ingatan seseorang.

5) Tahap Tindakan

Tindakan yang dilakukan dapat dikatakan gejala jiwa yang menggambarkan bahwa individu untuk bertindak terhadap sesuatu obyek, seringkali keberhasilan komunikasi diukur dengan jelas melalui tindakan.<sup>64</sup>

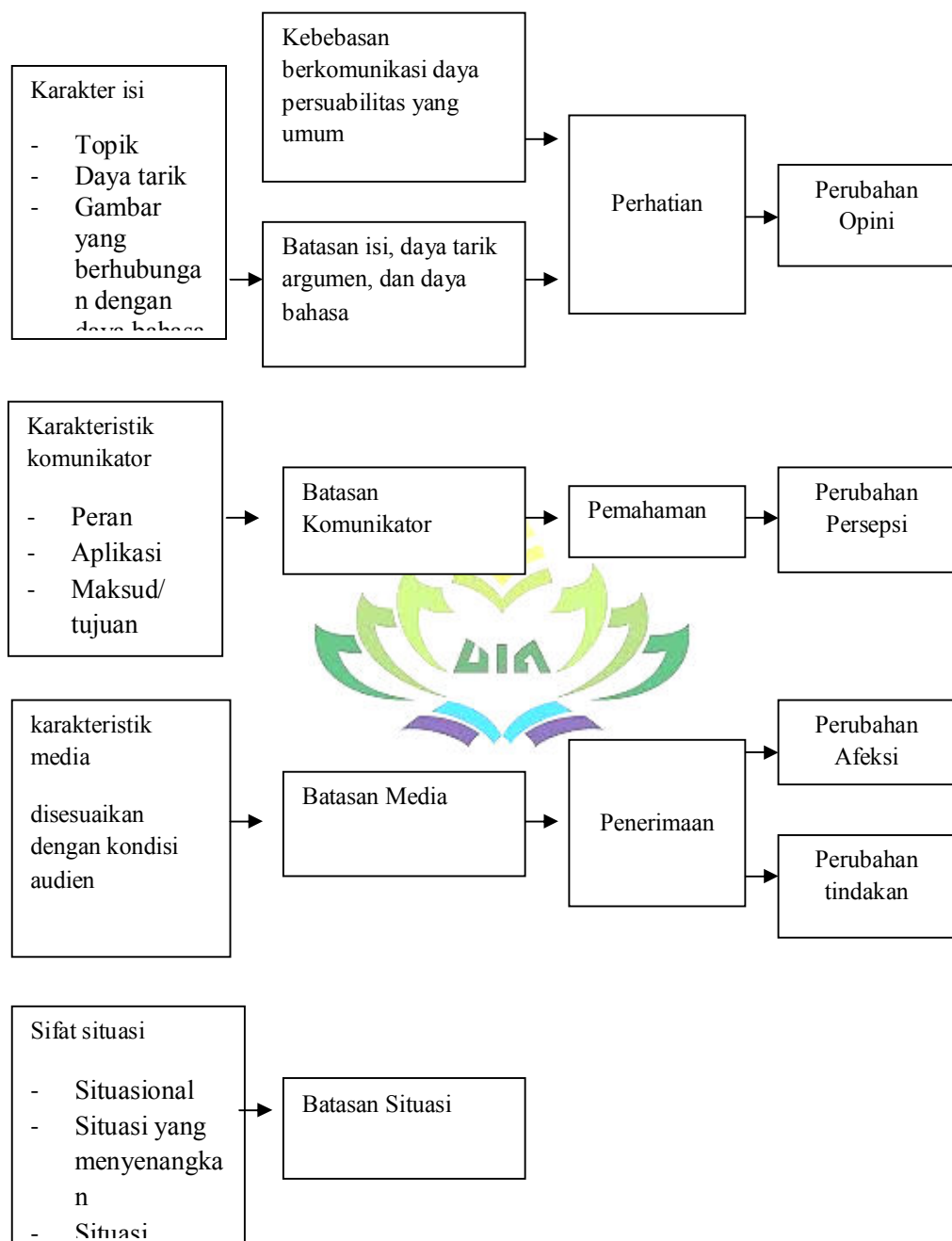
Dengan demikian, model komunikasi persuasif menurut Mc. Guire di atas dapat dipahami bahwa dalam komunikasi persuasif terdapat dua hal yang erat hubungannya yakni antara tahapan-tahapan persuasif dan komponen-komponen komunikasi. Tahapan-tahapan persuasif yang disebutkan dalam tabel tersebut yaitu perhatian, pengertian, pengaruh, ingatan/memori, dan

---

<sup>64</sup>*Ibid.* h. 32

aksi/tindakan. Sementara komponen-komponen komunikasi terdiri dari sumber, pesan, saluran dan penerima.

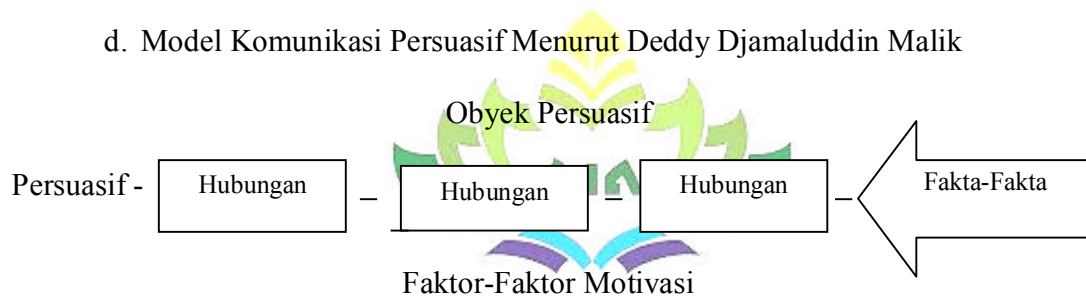
### c. Model Komunikasi Persuasif Menurut Hovland



Gambar 04. Sumber : Schneider<sup>65</sup>

Gambar model komunikasi persuasif menurut Hovland pada halaman sebelumnya merupakan hasil penelitian yang dilakukan Hovland tentang pengaruh rangsangan komunikasi dalam penerimaan. Dalam proses komunikasi, komunikator memberikan rangsangan melalui: karakteristik isi, karakteristik komunikator, karakteristik media, dan sifat situasi. Rangsangan ini mempunyai makna yang ditentukan oleh faktor predisposisi, yaitu: batasan isi, batasan komunikator, batasan media, dan batasan situasi. Seseorang menerima sesuatu yang didengarnya atau dilihatnya melalui perhatian, pemahaman, dan penerimaan pendapat-pendapat, baik perubahan opini, perubahan persepsi, perubahan afeksi, maupun perubahan tindakan yang dikehendaki.

d. Model Komunikasi Persuasif Menurut Deddy Djamiluddin Malik



Gambar 05. Sumber : Deddy Djamiluddin Malik<sup>66</sup>

Model persuasif ini terdapat beberapa variabel, yaitu obyek persuasif, faktor-faktor motivasi, dan faktor-faktor yang mungkin terwujud. Masing-

<sup>65</sup>*Ibid.* h. 37.

<sup>66</sup>*Ibid.* h. 37.

masing variabel ini akan memperoleh tujuan yang diinginkan. ia harus dibentuk melalui hubungan-hubungan yang dapat meningkatkan keuntungan.

Hubungan-hubungan yang mungkin dilaksanakan mencakup lima macam argumen. Kelimanya cenderung membentuk hubungan antara faktor motivasi dengan obyek persuasi. Hubungan tersebut adalah hubungan kontingensi (kemungkinan), hubungan kategoris (penggolongan), hubungan persamaan (argumen perbandingan), hubungan aproval berdasarkan kesaksian, dan hubungan yang tidak disengaja (hubungan merasa yang berasal dari konteks biasa).

Persuasi yang dilakukan dengan melakukan hubungan kemungkinan diambil dari pemikiran bahwa tanggapan yang benar terhadap obyek persuasi akan menghasilkan pemuasan kebutuhan, pencapaian tujuan atau ungkapan nilai. “Mempergunakan hubungan kemungkinan untuk mempererat obyek persuasif dengan faktor motivasi, tulis Malik dan Irianta”.

Setelah hubungan kemungkinan, terdapat pula hubungan kategoris. Hubungan ini dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk melakukan penggolongan hubungan antara tujuan persuasif dengan faktor motivasi. Alhasil, obyek persuasif dapat menerima gagasan baru dalam rangka untuk meningkatkan gairah yang lebih produktif.<sup>67</sup>

---

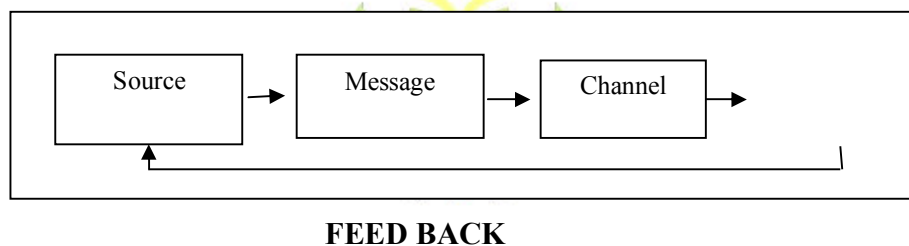
<sup>67</sup>*Ibid.* h. 38.



Ada pula hubungan persamaan, yaitu suatu tindakan untuk menghubungkan obyek persuasif dengan obyek lainya, sehingga obyek akan memandang sesuatu itu yang menyenangkan atau tidak menyenangkan. Kasus semacam ini menekankan adanya penalaran secara analogi terhadap berbagai peristiwa.

Hubungan lainnya adalah hubungan saling mendukung (hubungan aproval) dan hubungan konsidental. Hubungan aproval adalah hubungan persetujuan yang melibatkan aspirasi dari obyek persuasif dengan suatu sumber peristiwa. Sementara itu, hubungan konsidental ialah suatu hubungan yang tidak dapat dibentuk dengan pembuktian dan penalaran, tetapi berkaitan dengan tujuan yang diinginkan.<sup>68</sup>

e. Model Komunikasi Persuasif SMCR



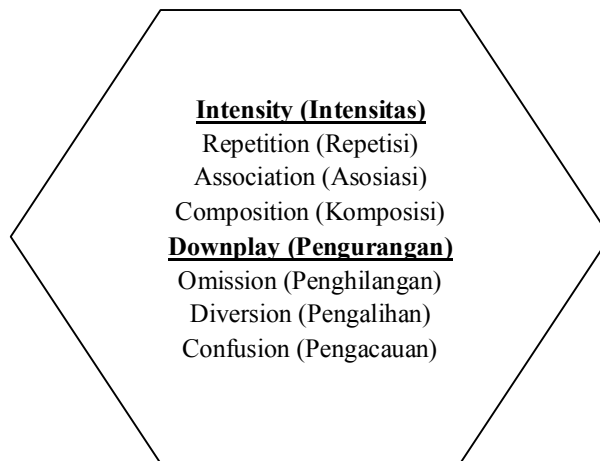
Gambar 06. Sumber Charles U. Larson

Model di atas dikatakan sebagai model yang sangat sederhana. Model yang pernah dianjurkan oleh Claudio Shannon dan Weren Weaver ini terdiri dari empat unsur utama, yaitu sumber (s) yaitu siapa yang mengirim (encode)

<sup>68</sup>*Ibid.* h. 39.

pesan. Kode biasa verbal, non verbal, visual, musikal atau lainnya. Pesan (m) yaitu segala sesuatu yang dikirim oleh sumber melalui berbagai kode. Saluran (c) yang membawa pesan-pesan dan mungkin mempunyai gangguan yang terbawa. Penerima (r) yaitu siapa saja yang menerima pesan yang mencoba yang membebaskan saluran dan yang menambahkan interpretasi pribadinya.<sup>69</sup>

f. Model Komunikasi Persuasif Dari Rank



Gambar 07. Sumber : Charles U. Larson<sup>70</sup>

Dalam model persuasif di atas, seorang pembujuk (*Persuader*) dapat melakukan kegiatannya melalui dua pola, yaitu intensitas (*Intensity*) dan penurunan/pengurangan (*Downplay*). Dari dua pola di atas, para pembujuk dapat melaksanakan taktik utamanya masing-masing dengan tiga cara, yaitu: intensitas melalui repetisi, asosiasi dan komposisi, serta perumusan/

---

<sup>69</sup>*Ibid.* h. 40.

<sup>70</sup>*Ibid.*

pengurangan melalui penghilangan, pengalihan dan pengacauan. Menurut Hugh Rank,

“Seorang pembujuk dalam mempengaruhi orang lain harus dapat mengintensifkan kebaikan-kebaikan diri sendiri atau mengintensifkan hal yang menarik pada orang lain. Melalui pola ini, orang lain akan mengerti adanya kebaikan pembujuk dan mengetahui hal yang menarik, sehingga ia akan lebih tertarik dengan diri pembujuk. Akhirnya, mereka dapat mengaplikasikan pesan-pesan dalam kehidupan sehari-hari”.<sup>71</sup>

Setelah pembujuk melakukan intensifikasi, selanjutnya ia melakukan tindakan repetasi, yaitu mengintensifkan kebaikan berulang-ulang, mengasosiasikan kebaikan dengan kesukaan audien, dan mengkomposisikan (mengubah) secara visual kepada orang lain. Untuk tahapan ini, bisa tergambar bahwa seseorang akan lebih banyak mendapatkan hasil dalam persuasinya bila ia mengintensifkan tentang kebaikan-kebaikan yang ada.

Langkah berikutnya adalah melakukan pengurangan (*Downplay*). Downplay adalah suatu tindakan untuk mengurangi keburukan melalui penghilangan, pengalihan, dan menghindarkan hal-hal yang mengacaukan atas pesan-pesan yang disampaikan pada orang lain. Taktik mengurangi kelemahan ini akan memperbaiki kekurangan yang ada dan akan menguntungkan diri sendiri maupun orang lain. Manakala hal ini tercipta dengan baik, tidak mustahil, pembujuk dikatakan seorang yang bijak dan orang lain menerima sesuatu dengan senang. Dalam kondisi apapun dan bagaimanapun tempat berada, taktik semacam ini akan selalu cocok, sebab hal itu akan membawa

---

<sup>71</sup>*Ibid.* h. 42.

manfaat bagi semua pihak. Masing-masing manusia memiliki keunggulan dan kebaikan-kebaikan yang ada pada dirinya. Disamping itu, manusia juga memiliki kelemahan atau kekurangan dalam kehidupannya.<sup>72</sup>

## **5. Metode Komunikasi Persuasif**

### **a. Metode Asosiasi**

Metode ini adalah penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpangkan pada suatu peristiwa yang aktual, atau sedang menarik perhatian dan minat massa.<sup>73</sup> Pada metode ini menandakan kepada komunikator bahwa, penyajian pesan dapat mempengaruhi perhatian komunikator.

### **b. Metode Integrasi**

Metode ini merupakan kemampuan untuk menyatukan diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu, atau mengandung arti kebersamaan dan senasib serta sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun nonverbal (sikap).<sup>74</sup> Pada metode ini dapat dipahami bahwa kedekatan komunikator kepada lawan bicaranya, seperti halnya berbaur kepada komunikan, dapat mempengaruhi komunikan dalam menerima pesan yang disampaikan komunikator.

### **c. Metode Pay-Off Fear –Arousing**

---

<sup>72</sup>*Ibid.* h. 42.

<sup>73</sup>Pawit M. Yusuf, *Ilmu Komunikasi, dan Kepustakaan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 122

<sup>74</sup>*Ibid.* h. 122.

Metode ini merupakan kegiatan mempengaruhi orang lain dengan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaannya atau memberi harapan (iming-iming) dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan perasaan.<sup>75</sup> Nilai-nilai positif yang diberikan kepada komunikan seperti manfaat perbuatan yang dilakukan, atau akibat dari perbuatan akan menjadi daya tarik tersendiri komunikan untuk menerima pesan yang disampaikan komunikator karena dianggap *Human Interest*.

d. Metode Icing

Metode ini menjadikan indah sesuatu sehingga menarik siapa yang menerimanya. Metode icing juga disebut metode memanis-memaniskan atau mengulang kegiatan persuasif dengan jalan menata rupa sehingga komunikasi menjadi lebih menarik.<sup>76</sup> Metode ini merupakan suatu kemasan unik dan dapat memberikan ketenangan terhadap komunikan.

Oemi Abdurahman memberikan tawaran-tawaran berupa metode-metode yang dapat mempengaruhi objek sebagai berikut:

- 1) Metode Partisipasi yaitu mengikut sertakan seseorang atau publik kedalam suatu kegiatan agar timbul saling pengertian dan saling menghargai diantara mereka. Jika pidato ini dikaitkan dengan pidato persuasif, maka pidato seharusnya mampu melibatkan audiens secara aktif. Seorang mubaligh yang bertindak sebagai komunikator harus berusaha menciptakan situasi komunikatif antara dirinya dan audiens. Dengan demikian pembicaraan tidak terkesan monoton, dan audiens

---

<sup>75</sup>*Ibid.*

<sup>76</sup>*Ibid.*

akan lebih merasa dihargai jika terjadi interaksi positif antara da'i dan mad'u.

- 2) Metode Asosiasi yaitu menyajikan suatu pesan yang dihubungkan dengan suatu peristiwa atau objek yang populer serta menarik perhatian publik.
- 3) Metode Icing Device yaitu menyajikan suatu pesan dengan menggunakan emotional appeal agar menjadi lebih menarik, dapat kesan yang tidak mudah dilupakan sekaligus lebih menonjol daripada orang lain.
- 4) Metode Pay-Off Idea yaitu menyajikan pesan yang mengandung sugesti yang ditaati, hasilnya akan memuaskan.
- 5) Fear Arousing yaitu menyajikan sesuatu yang dapat menimbulkan perasaan khawatir atau takut jika tidak mematuhi pesan tersebut.<sup>77</sup>

## 6. Tahap - Tahap Komunikasi Persuasif

Berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Dalam komunikasi ada sebuah formula yang dapat dijadikan landasan pelaksanaan yang disebut AIDDA yakni Attention (Perhatian), Interest (Minat), Desire (Hasrat), Decision (Keputusan), dan Action (Kegiatan).<sup>78</sup> Raymond S. Ross menganjurkan sistem penyusunan pesan sebagai berikut:

- 1) Perhatian: timbulkan perhatian sehingga khalayak memiliki perasaan yang sama tentang masalah yang dihadapi.
- 2) Kebutuhan: bangkitkan minat dan terangkan perlunya masalah tersebut di atas dengan menghubungkannya pada kebutuhan pribadi dan daya tarik motif.
- 3) Rencana: jelaskan pemecahan masalah tersebut dengan melihat pengalaman masa lalu, pengetahuan dan kepribadian khalayak.
- 4) Keberatan: kemukakan keberatan-keberatan, kontra argumentasi atau pemecahan lainnya.

---

<sup>77</sup>*Ibid.*

<sup>78</sup>Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 37.

- 5) Penegasan Kembali: bila arah tindakan yang diusulkan telah terbukti dengan baik, tegaskan kembali pesan tersebut dengan ikhtisar, tinjauan singkat, kata-kata pengingat dan visualisasi.
  - 6) Tindakan: tunjukkan secara jelas tindakan yang harus mereka lakukan.<sup>79</sup>
- Komunikasi Persuasif, dimulai dengan upaya membangkitkan perhatian

komunikasikan. Upaya ini dilakukan tidak hanya bicara dengan kata-kata yang merangsang, tetapi juga dengan penampilan ketika menghadapi khalayak. Wilbur Schram mengemukakan,

“Persuasif menghendaki efek yang baik, maka dalam pendekatannya apa yang disebut dengan – procedure atau proses *attention to attention to action*, artinya tindakan-tindakan persuasif akan dapat menghasilkan hasil yang memuaskan jika komunikator berusaha membangkitkan perhatian (*Attention*) komunikasi terlebih dahulu dengan usaha-usaha komunikator. Jika perhatian komunikator telah berhasil didapatkan, maka komunikator baru dapat berusaha menggerakkan komunikan untuk berbuat (*Action*) sesuai dengan harapan komunikator”.<sup>80</sup>

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa tahapan-tahapan komunikasi persuasif mulai dari perhatian hingga tindakan, harus dilaksanakan secara sistematis atau terencana agar komunikasi persuasif yang disampaikan sesuai dengan keinginan komunikator.



## 7. Efek Komunikasi Persuasif

### a. Istilah Efek Kognitif

Efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mitra dakwah tentang isi pesan yang diterimanya. Pemahaman tersebut didahului kegiatan berpikir tentang pesan

---

<sup>79</sup>*Ibid.*

<sup>80</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h.129.



dakwah.<sup>81</sup> Greenwald menegaskan bahwa perubahan sikap adalah fungsi berfikir. Respons-respons kognitif adalah pikiran yang dimiliki individu sebagai reaksi terhadap sebuah pesan persuasif.<sup>82</sup>

Efek kognitif dapat tercapai apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan komunikan.

#### b. Efek Afektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjangnya, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Pada tahap atau aspek ini pula penerima dakwah dengan pengertian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah.<sup>83</sup>

Dalam komunikasi persuasif, Efek afektif dapat diketahui melalui sikap yang diberikan komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

#### c. Efek Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah yang

---

<sup>81</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 457.

<sup>82</sup>Charles R. Berger, Michael E. Roloff, David R. Roskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi* (Bandung: Nusa Media, 2014), h. 292.

<sup>83</sup>*Ibid.*

telah diterima dalam kehidupan sehari-hari efek ini muncul setelah melalui pesan kognitif, afektif. Jika dakwah telah dapat meneyentuh aspek behavioral, yaitu telah daat mendorong manusia melakukan secara nyata ajaran-ajaran Islam sesuai dengan pesan dakwah, maka dakwah dapat dikatakan berhasil dengan baik, dan inilah tujuan final dakwah.<sup>84</sup>

Keberhasilan Efek behavioral ini dapat diketahui Ketika tindakan yang dilakukan komunikan sesuai dengan pesan yang disampaikan komunikator.

#### **8. Hambatan Komunikasi Persuasif**

Seseorang dalam melakukan komunikasi menginginkan hasil yang efektif, pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dan dilaksanakan oleh komunikan. Namun jika dalam komunikasinya tersebut belum mampu diterima oleh komunikan, maka komunikasi tersebut dinyatakan belum berhasil. Dengan kata lain dalam proses komunikasi yang dilakukan mengalami hambatan-hambatan.

Djen Amar dalam M. Nasor menjelaskan bahwa faktor-faktor penghambat dan merugikan dalam komunikasi, sehingga penyampaian pesannya mengganggu baik komunikator maupun komunikan yaitu:

- a. Faktor motivasi. Motivasi seseorang atau suatu kelompok dapat mempengaruhi opini. Kepentingan seseorang atau kelompok akan mendorong orang atau kelompok itu untuk berbuat dan bersikap sesuai dengan kebutuhannya. Komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasi seseorang atau kelompok akan mendapatkan kesulitan-kesulitan.

---

<sup>84</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 458.

- b. Faktor prasangka atau prejudice. Bila seseorang sudah dihindari perasaan prasangka dan bersikap curiga terhadap orang lain sehingga terjadi penilaian yang tidak obyektif. Ini akan mempersulit komunikasi untuk mencapai hasil yang diinginkan.
- c. Faktor semantik. Adanya kata-kata yang mempunyai arti tidak sama antara komunikator dan komunikan akan mengkaburkan makna komunikasi itu sendiri, dan menimbulkan salah pengertian.<sup>85</sup>

Faktor suara gaduh-riuh. Suara gaduh ini dapat dibuat secara sengaja. Kegaduhan yang disengaja ada seseorang sedang berbicara ada orang lain ribut dengan tujuan mengganggu proses komunikasi. Kegaduhan yang tidak disengaja yaitu adanya gangguan yang terjadi secara tiba-tiba dari suatu kondisi atau benda lain jatuh dengan sendirinya.

Dalam Islam diajarkan untuk berkomunikasi yang baik, hikmah dan mengutamakan musyawarah baik dalam sebuah forum diskusi ataupun dalam berkomunikasi sehari-hari. Seperti yang dijelaskan oleh firman Allah dalam Q.S An-nahl ayat 125.


  
 أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدِلْهُمْ يَتْلُو حَسَنًا إِنَّ  
 رَبَّكَ هُوَ عَلَمٌ بِمَنْ ضَلَّى عَنْ سَبِيلِهِ ۚ هُوَ عَلَمٌ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

ArTINYA : . serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.<sup>86</sup>

<sup>85</sup>M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi* (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah Iain Rden Intan Lampung, 2009), h. 15.

<sup>86</sup> *Al-Qur'an dan Terjemahannya Beserta Transliterasi Arab-Latin Departemen Agama RI Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an*, Bandung: CV. Gema Risalah Press, 1993, h. 282.

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap manusia dalam berkomunikasi harus merujuk kepada jalan Allah dengan cara yang hikmah, pelajaran yang baik dan jika ada bantahan maka bantahlah dengan cara yang baik pula. Allah menyuruh kita agar dalam berdiskusi ataupun berkomunikasi lainnya harus mengutamakan musyawarah, cara yang lembut, tidak anarkis dan mengatakan yang hak dan bathil secara tegas dalam setiap penyampaian. Teknik komunikasi persuasif adalah teknik berkomunikasi yang sesuai dengan firman Allah dalam Q.S An-nahl ayat 125 tersebut, yaitu mengajak seseorang dengan halus, lembut, luwes dan tidak menggunakan sanksi, ancaman, hukuman dan yang bersifat koersi lainnya yang bertujuan untuk mengubah perilaku, sikap dan pendapat seseorang dengan suka rela dan penuh kesadaraannya sendiri.

## **B. Motivasi Berwirausaha**

### **1. Motivasi**

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi menurut Greenberg adalah proses membangkitkan, mengarahkan dan memantapkan perilaku arah suatu tujuan.<sup>87</sup> Motivasi merupakan hal yang melatar belakangi individu berbuat untuk mencapai tujuan tertentu.

---

<sup>87</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 101.

Pengertian motivasi secara etimologi adalah: (1) Keinginan, dorongan yang timbul pada seseorang, baik secara sadar maupun tidak sadar, untuk melakukan suatu perbuatan dengan tujuan tertentu (2) Usaha-usaha yang menyebabkan seseorang/kelompok orang tertentu bergerak untuk melakukan sesuatu karena ingin mendapat kepuasan atau tujuan yang dikehendaki dengan perbuatannya itu.<sup>88</sup>

Mc. Donald dalam Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa, *motivation is a energy change with in the person characterized by affective arousal and anticipatory goal reactions*, yang artinya motivasi adalah suatu perubahan energi di dalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif (perasaan) dan reaksi untuk mencapai tujuan.<sup>89</sup>

Menurut Oemar Hamalik dalam Syaiful Bahri Djamarah, perubahan energi dalam diri seseorang itu berbentuk suatu aktivitas nyata berupa kegiatan fisik. Karena seseorang mempunyai tujuan tertentu dari aktivitasnya, maka seseorang mempunyai motivasi yang kuat untuk mencapainya dengan segala upaya yang dapat dia lakukan untuk mencapainya. Agar manusia menemukan jati dirinya agar setiap individu manusia itu menyadari “siapa dia”, “mengapa dia dilahirkan di dunia ini” dan “harus kemana nantinya”. Konsep seperti ini sangat penting sebagai landasan motivasi untuk melakukan

---

<sup>88</sup> *Ibid.* h. 102.

<sup>89</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar (Edisi Revisi)* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011), h. 148.

aktifitas dalam hidup ini. Diri manusia adalah makhluk individu, makhluk sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.<sup>90</sup>

Menurut Sardiman, dari pengertian yang dikemukakan Mc Donald dalam Syaiful Bahri Djamarah, terlihat motivasi mengandung tiga elemen penting yaitu:

- a) Bahwa motivasi itu mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia. Perkembangan motivasi akan membawa beberapa perubahan energi di dalam sistem “neurophysiological” yang ada pada organisme manusia, karena menyangkut perubahan energi manusia (walaupun motivasi itu muncul dalam diri manusia).<sup>91</sup>
- b) Motivasi diawali dengan munculnya rasa “*feeling*” afeksi seseorang dalam hal ini, motivasi relevan dengan persoalan-persoalan kejiwaan, afeksi dan emosi yang dapat menentukan tingkah laku manusia.
- c) Motivasi akan dirangsang karena adanya tujuan, jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respon dari setiap aksi, yakni tujuan. Motivasi memang terangsang/terdorong oleh

---

<sup>90</sup> *Ibid.* h. 150.

<sup>91</sup> Sardiman A. M, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2005), h. 74.

adanya unsur lain dalam hal ini adalah tujuan. Tujuan ini akan menyangkut soal kebutuhan.<sup>92</sup>

Motivasi adalah sebuah alasan atau dorongan seseorang untuk bertindak. Orang yang tidak mau bertindak sering kali disebut tidak memiliki motivasi. Alasan atau dorongan itu bisa datang dari luar maupun dari dalam diri.

Apabila kita mempelajari berbagai macam pandangan dan pendapat mengenai motivasi, dapat ditarik sejumlah kesimpulan (1) para teoritis menyajikan penafsiran-penafsiran yang sedikit berbeda tentang motivasi dan mereka menitik beratkan faktor-faktor yang berbeda-beda, (2) motivasi berkaitan dengan perilaku dan kinerja, (3) motivasi mencakup pengarah ke arah tujuan, dan (4) dalam hal ini mempertimbangkan motivasi, perlu memperhatikan faktor-faktor fisiologikal, psikologikal, dan lingkungan sebagai faktor-faktor penting.<sup>93</sup>

Motivasi memang muncul dari dalam diri seseorang, namun demikian untuk munculnya diperlukan faktor dari luar individu itu sendiri. Motivasi itu akan ada karena adanya tujuan yang ingin dicapai oleh individu itu sendiri.

#### **a. Jenis-jenis Motivasi**

Banyak para ahli dari beberapa disiplin ilmu merumuskan konsep atau teori tentang motivasi. Diantara banyak konsep tentang motivasi dari berbagai

---

<sup>92</sup> *Ibid*, h,74.

<sup>93</sup> *Ibid*, h, 75.



ahli tersebut, dibawah ini penulis kemukakan beberapa konsep dasar motivasi kerja.

### **1) Motivasi menurut Mc Clelland**

Dalam diri manusia ada dua motivasi atau motif, yakni motif primer atau motif yang tidak dipelajari dan motif sekunder atau motif yang dipelajari melalui pengalaman orang lain. Oleh karena itu motif sekunder timbul karena interaksi dengan orang lain, maka motif ini sering disebut motif sosial. Motif primer yang tidak dipelajari secara alamiah timbul pada setiap manusia secara biologis.<sup>94</sup>

### **2) Motifasi menurut Herzberg**

Menurut teori ini, ada dua faktor yang mempengaruhi seseorang dalam tugas atau pekerjaannya, yakni:

- a) Faktor-faktor penyebab kepuasan (*satisfierr*) atau faktor motivasional.

Faktor penyebab kepuasan ini menyangkut kebutuhan psikologis seseorang, yang meliputi serangkaian kondisi instrisik. Apabila kepuasan kerja dicapai dalam pekerjaan, maka akan menggerakkan tingkat motivasi yang kuat bagi seorang pekerja, dan akhirnya dapat menghasilkan kinerja yang tinggi. Faktor motivasional (kepuasan) ini mencakup antara lain:

---

<sup>94</sup> Soekidjo Notoadmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Rineka Cipta:Jakarta, 2009), h.114

- (1) Prestasi (*Achievment*)
- (2) Penghargaan (*recognition*)
- (3) Tanggung jawab (*responsibility*)
- (4) Kesempatan untuk maju (*posibility of growth*)
- (5) Pekerjaan itu sendiri (*work*).<sup>95</sup>

b) Faktor-faktor penyebab ketidakpuasan atau faktor *higiene*.

Faktot-faktor ini menyangkut kebutuhan akan pemeliharaan atau maintenance faktor yang merupakan hakikat manusia yang memperoleh kesehatan badaniah. Hilangnya faktor-faktor ini akan menimbulkan ketidakpuasan kerja antara lain:

- (1) Kondisi kerja fisik (*physical environment*)
- (2) Hubungan interpersonal (*interpersonal relationship*)
- (3) Kebijakan dan administrasi perusahaan (*company and administration policy*)
- (4) Pengawasan (*supervision*)
- (5) Gaji (*salary*)
- (6) Keamanan kerja (*job security*).<sup>96</sup>

### 3) Motivasi menurut Maslow (Teori Kebutuhan)

Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada didalam diri.

---

<sup>95</sup> *Ibid*, h.119

<sup>96</sup> *Ibid*, h.119

Apabila pegawai kebutuhannya tidak terpenuhi, maka pegawai tersebut akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhannya terpenuhi maka pegawai tersebut akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi dari rasa puasnyanya.<sup>97</sup> Abraham Maslow dalam A.A. Anwar Prabu Mangku Negara, mengemukakan bahwa hierarki kebutuhan manusia adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat terendah atau disebut pula sebagai kebutuhan yang paling dasar.
- b. Kebutuhan rasa aman, yaitu kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan dan lingkungan hidup.
- c. Kebutuhan untuk merasa memiliki, yaitu kebutuhan untuk diterima oleh kelompok, berafiliasi, berinteraksi, dan kebutuhan untuk mencintai serta dicintai.
- d. Kebutuhan akan harga diri, yaitu kebutuhan untuk dihormati, dan dihargai oleh orang lain.
- e. Kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri, yaitu kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, skill dan potensi. Kebutuhan untuk

---

<sup>97</sup> A.A. Anwar Prabu Mangku Negara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2004), h.94

berpendapat dengan mengemukakan ide-ide memberi penilaian dan kritik terhadap sesuatu.<sup>98</sup>

#### **b. Faktor-faktor Motivasi**

Motivasi timbul karena ada dua faktor, yaitu dorongan yang berasal dari dalam manusia (faktor individual atau internal) dan dorongan yang berasal dari luar individu (faktor eksternal).<sup>99</sup> Faktor individual yang biasanya mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu adalah:

##### **1) Minat**

Seseorang akan merasa terdorong untuk melakukan sesuatu kegiatan kalau kegiatan tersebut sesuai dengan minatnya.

##### **2) Sikap positif**

Seseorang yang mempunyai sifat positif terhadap suatu kegiatan dengan rela ikut dalam kegiatan tersebut, dan akan berusaha sebisa mungkin menyelesaikan kegiatan yang bersangkutan dengan sebaik-baiknya.



---

<sup>98</sup> *Ibid*, h.95

<sup>99</sup> Simon Devung, *Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen* (Rineka Cipta: Jakarta, 2002), h.108

### 3) Kebutuhan

Setiap orang mempunyai kebutuhan tertentu dan akan berusaha melakukan kegiatan apapun asal kegiatan tersebut bisa memenuhi kebutuhannya.

### 4) Pengakuan

Recognasi atau pengakuan terhadap karyawan juga dapat menimbulkan perasaan betapa pentingnya karyawan tersebut bagi organisasi. Pengaruh-pengaruh pemberian pengakuan dalam bentuk penghargaan-penghargaa tersebut selanjutnya akan meningkatkan motivasi kerja karyawan.<sup>100</sup>

Ada metode dan tekhnik yang digunakan untuk meningkatkan motivasi kerja, yakni:

#### a) Metode langsung (*Direct Motivation*)

Pemberian materi atau non materi kepada karyawan secara langsung untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan merupakan cara yang langsung dapat meningkatkan motivasi kerja.<sup>101</sup>

#### b) Metode tidak langsung

---

<sup>100</sup> Soekidjo Notoadmodjo, *Op.cit.*

<sup>101</sup> *Ibid*, h. 129

Adalah suatu kewajiban memberikan kepada karyawan organisasi berupa fasilitas atau sarana-sarana penunjang kerja atau kelancaran tugas. Dengan fasilitas atau sarana dan prasarana tersebut karyawan akan merasa dipermudah tugasnya, sehingga dapat mendorong semangat kerjanya.<sup>102</sup>

c) Teknik komunikasi persuasif

Teknik komunikasi persuasif merupakan salah satu teknik memotivasi kerja pegawai yang dilakukan dengan cara mempengaruhi pegawai secara ekstralogis. Teknik ini dirumuskan: “AIDDAS”, yaitu *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (hasrat), *decision* (keputusan), *action* (tindakan/aksi), *satisfaction* (kepuasan).<sup>103</sup>

**c. Fungsi Motivasi**

Menurut Sardiman dalam A.A Anwar Prabu Mangku Negara, ada tiga fungsi motivasi yaitu:

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.
- 2) Menentukan arah perbuatan, yakni ke arah tujuan yang hendak dicapai.

Dengan demikian motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuannya.

---

<sup>102</sup> *Ibid*, h. 129

<sup>103</sup> A.A. Anwar Prabu Mangku Negara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2004), h. 102

- 3) Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.<sup>104</sup>

## 2. Berwirausaha

Wirausahawan (enterpreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.<sup>105</sup> Kegiatan wirausaha dapat dilakukan secara mandiri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan. Resiko kerugian merupakan hal yang biasa karena mereka memegang prinsip bahwa faktor kerugian pasti ada. Bahkan, semakin besar risiko kerugian yang dihadapi, semakin besar pula keuntungan yang dapat diraih. Tidak ada istilah rugi selama seseorang melakukan usaha dengan penuh keberanian dan penuh perhitungan. Inilah yang disebut dengan jiwa wirausaha.

Di Indonesia, pendidikan kewirausahaan masih terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu. Sejalan dengan tuntutan perubahan yang cepat pada paradigma pertumbuhan yang wajar dan perubahan kea rah

---

<sup>104</sup> *Ibid*, h. 85.

<sup>105</sup> Kasmir, *Kewirausahaan - Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 19.

globalisasi yang menuntut adanya keunggulan, pemerataan, dan persaingan, maka paradigma pendidikan pun berubah. Menurut Soeharto Prawira Kusumo (dalam Simon Devung), pendidikan kewirausahaan harus diajarkan sebagai disiplin ilmu tersendiri yang independen, alasannya adalah sebagai berikut:<sup>106</sup>

(1) Kewirausahaan berisi bidang pengetahuan yang utuh dan nyata, yang mana terdapat teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap (2) Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu posisi permulaan dan didikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha (3) Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (4) Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan usaha dan pendapatan, atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur.<sup>107</sup>

Dibidang bisnis, misalnya, perusahaan akan sukses dan memperoleh peluang besar bila memiliki kreativitas dan inovasi. Melalui proses kreatif dan inovasi, wirausaha menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa. Nilai tambah barang dan jasa yang diciptakan melalui proses kreatif dan inovasi banyak menciptakan keunggulan, termasuk keunggulan bersaing.

David Osborne & Ted Gaebler (1992) di buku *Reinventing Government* dalam Abas Sunarya mengemukakan bahwa dalam

---

<sup>106</sup> *Ibid*, h. 20.

<sup>107</sup> *Ibid*, h. 21.



perkembangan dunia dewasa ini diperlukan pemerintahan yang berjiwa kewirausahaan. Dengan memiliki jiwa kewirausahaan maka birokrasi dan institusi akan memiliki motivasi, optimisme, dan berlomba untuk menciptakan cara-cara baru yang lebih efisien, efektif, inovatif, fleksibel, adaptif.<sup>108</sup>

#### **a. Etika Wirausaha**

Pengertian etika adalah tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Tata cara pada masing-masing masyarakat tidaklah sama atau beragam bentuk. Hal ini disebabkan beragam budaya kehidupan masyarakat yang berasal dari berbagai wilayah. Tata cara ini diperlukan dalam berbagai sendi kehidupan manusia agar terbina hubungan yang harmonis, saling menghargai satu sama lainnya.

Ditilik dari sejarahnya kata etika berasal dari bahasa prancis (*etiquette*), yang berarti kartu undangan. Pada saat itu raja-raja prancis sering mengundang para tamu dengan menggunakan kartu undangan. Dalam kartu undangan tercantum persyaratan atau ketentuan menghadiri acara, antara lain waktu acara dan pakaian yang harus dikenakan.

Dalam arti luas, etika sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dengan masyarakat. Tingkah laku ini perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yang berlaku di

---

<sup>108</sup> Abas Sunarya, Sudaryono dan Asep Saefullah, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 4.

masyarakat. Hal ini disebabkan norma-norma atau kebiasaan masyarakat disetiap daerah atau negara berbeda-beda.

Dalam praktiknya, norma atau kebiasaan ini untuk acara tertentu diberlakukan sama, sehingga setiap orang diharuskan mengikuti norma tersebut. Etika bertujuan agar norma-norma yang berlaku dijalankan sehingga setiap undangan merasa dihargai, begitu pula dengan pengundangnya. Dengan adanya etika suasana akrab dapat terjalin. Pelanggaran terhadap etika ini membuat pihak pengundang atau yang diundang akan merasa tersinggung atau merasa tidak dihargai sehingga suasananya menjadi tidak nyaman.<sup>109</sup>

Oleh karena itu, dalam etika berusaha perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Adapun ketentuan yang diatur dalam etika wirausaha secara umum adalah sebagai berikut.

- 1) Sikap dan perilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
- 2) Penampilan yang ditunjukkan seorang pengusaha harus selalu apik, sopan, terutama dalam menghadapi situasi atau acara-acara tertentu.
- 3) Cara berpakaian pengusaha juga harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu yang berlaku.
- 4) Cara berbicara seorang pengusaha juga mencerminkan usahanya, sopan, penuh tata krama, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
- 5) Gerak-gerik seorang pengusaha juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak-gerik yang mencurigakan.<sup>110</sup>

---

<sup>109</sup> *Ibid*, h. 24.

<sup>110</sup> Kasmir, *Kewirausahaan - Edisi Revisi, Op.cit.*

Kemudian, etika atau norma yang harus ada dalam benak dan jiwa setiap pengusaha adalah sebagai berikut.

1) Kejujuran

Seorang pengusaha harus selalu bersikap jujur baik dalam berbicara maupun bertindak. Jujur ini perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang anda lakukan. Tanpa kejujuran, usaha tidak akan maju dan tidak dipercaya konsumen atau mitra kerjanya.

2) Bertanggung jawab

Pengusaha harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang usahanya. Kewajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan. Tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban, tetapi juga kepada seluruh karyawannya, masyarakat, dan pemerintah.<sup>111</sup>

3) Menepati janji

Pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji, misalnya dalam hal pembayaran, pengiriman barang dan penggantian.

4) Disiplin

Pengusaha dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya, misalnya dalam hal waktu pembayaran atau pelaporan kegiatan usahanya.

5) Taat hukum

Pengusaha harus selalu patuh menaati hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan masyarakat ataupun pemerintah.

6) Suka membantu

Pengusaha secara moral harus sanggup membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan.

7) Komitmen dan menghormati

Pengusaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain.

8) Mengejar prestasi

Pengusaha yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin. Tujuannya agar perusahaannya dapat terus bertahan dari waktu ke waktu.<sup>112</sup>

---

<sup>111</sup> *Ibid*, h. 27.

<sup>112</sup> *Ibid*, h. 28.

## **b. Tujuan dan Etika Wirausaha**

Etika yang diberlakukan oleh pengusaha terhadap berbagai pihak memiliki tujuan-tujuan tertentu. Tujuan etika tersebut harus sejalan dengan tujuan perusahaan. Disamping memiliki tujuan, etika juga sangat bermanfaat bagi perusahaan apabila dilakukan secara sungguh-sungguh.

Berikut ini beberapa tujuan etika yang selalu ingin didapat oleh perusahaan.

- 1) Untuk persahabatan dan pergaulan  
Etika dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan.
- 2) Menyenangkan orang lain  
Sikap menyenangkan orang lain merupakan sikap yang mulia. Jika kita ingin dihormati, kita harus menghormati orang lain.
- 3) Membujuk pelanggan  
Setiap calon pelanggan memiliki karakternya sendiri-sendiri. Kadang-kadang seorang calon pelanggan perlu dibujuk agar mau menjadi pelanggan. Berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membujuk calon pelanggan. Salah satu caranya adalah melalui etika yang ditunjukkan seluruh karyawan perusahaan.
- 4) Mempertahankan pelanggan  
Ada anggapan mempertahankan pelanggan lebih sulit dibanding mencari pelanggan. Anggapan itu tidak sepenuhnya benar. Melalui pelayanan etika seluruh karyawan, pelanggan lama dapat dipertahankan karena mereka sudah merasa puas atas layanan yang diberikan.
- 5) Membina dan menjaga hubungan  
Hubungan yang sudah berjalan baik harus tetap dan terus dibina. Hindari perbedaan paham dan konflik. Ciptakan hubungan dalam suasana akrab.<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup> *Ibid*, h. 29.

### c. Sikap dan Perilaku Wirausaha

Sikap dan perilaku pengusaha dan seluruh karyawannya merupakan bagian penting dalam etika wirausaha. Oleh karena itu, dalam praktiknya sikap dan perilaku yang harus ditunjukkan oleh pengusaha dan seluruh karyawan, terutama karyawan di *customer, service, sales, teller* dan satpam harus sesuai dengan etika yang berlaku. Sikap dan tingkah laku menunjukkan kepribadian karyawan suatu perusahaan. Sikap dan perilaku ini harus diberikan sama mutunya kepada seluruh pelanggan tanpa pandang bulu.<sup>114</sup>

Adapun sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh pengusaha dan seluruh karyawan adalah sebagai berikut.

- 1) Jujur dalam bertindak dan bersikap  
Sikap jujur merupakan modal utama seorang karyawan dalam melayani pelanggan. Kejujuran dalam berkata, berbicara, bersikap, maupun bertindak.
- 2) Rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas  
Seorang karyawan dituntut rajin dan tepat waktu dalam bekerja terutama dalam melayani pelanggan. Hal yang penting adalah hilangkan sifat pemalas bagi seluruh karyawan.
- 3) Selalu murah senyum  
Dalam menghadapi pelanggan atau tamu, seorang karyawan harus selalu murah senyum, jangan sekali-sekali bersikap murung. Pelanggan biasanya akan tersanjung dengan senyum yang ditunjukkan oleh karyawan.
- 4) Lemah lembut dan ramah tamah.

---

<sup>114</sup> *Ibid*, h. 30.

Sikap seperti ini dapat menarik minat tamu dan membuat pelanggan betah berhubungan dengan perusahaan.<sup>115</sup>

- 5) Sopan santun dan hormat  
Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan hendaknya selalu bersikap sopan dan hormat.
- 6) Selalu ceria dan pandai bergaul  
Sikap selalu ceria yang ditunjukkan karyawan dapat memecahkan kekakuan yang ada.
- 7) Fleksibel dan suka menolong pelanggan  
Dalam menghadapi pelanggan, karyawan harus dapat memberikan pengertian dan mau mengalah kepada pelanggan.
- 8) Serius dan memiliki rasa tanggung jawab  
Dalam melayani pelanggan karyawan harus serius dan sungguh-sungguh.
- 9) Rasa memiliki perusahaan yang tinggi.<sup>116</sup>

#### **d. Ciri-ciri Wirausahawan Yang Berhasil**

Berwirausaha tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Tidak sedikit pengusaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Namun, banyak juga wirausahawan yang berhasil untuk beberapa generasi. Keberhasilan atas usaha yang dijalankan memang merupakan harapan pengusaha.

Berikut ini beberapa ciri wirausahawan yang dikatakan berhasil menurut buku kasmir yang berjudul kewirausahawan edisi revisi.<sup>117</sup>

---

<sup>115</sup> *Ibid*, h. 31.

<sup>116</sup> *Ibid*, h. 32.

<sup>117</sup> *Ibid*, h. 32-33.

- 1) Memiliki visi dan tujuan yang jelas. Hal ini berfungsi untuk menebak kemana langkah dan arah yang dituju, sehingga dapat diketahui apa yang akan dilakukan oleh pengusaha tersebut.
- 2) Inisiatif dan selalu proaktif. Ini merupakan ciri mendasar dimana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
- 3) Berorientasi pada prestasi. Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya.
- 4) Berani mengambil resiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapan pun dan dimana pun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
- 5) Kerja keras. Jam kerja pengusaha tidak terbatas waktu, dimana ada peluang disitu dia datang.
- 6) Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang.
- 7) Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati.
- 8) Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan atau tidak.<sup>118</sup>

### 3. Berwirausaha dalam Islam

Dalam agama Islam, setiap pemeluknya diperintahkan untuk beribadah hanya kepada Allah, termasuk didalamnya bekerja dan berusaha. Ketika seseorang bekerja akan terhitung menjadi sebuah ibadah, apabila pekerjaan dan ibadah tersebut diniatkan hanya karena Allah SWT. Allah SWT berfirman dalam surat At-Taubah Ayat 105:

---

<sup>118</sup> *Ibid*, h. 34.

قُلْ أَعْمَلُوا فَسِيرَ اللَّهِ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ سَتَرْدُونَ إِلَىٰ عِلْمِ  
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

105. dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."<sup>119</sup>

Ayat tersebut menjadi landasan normatif bagi setiap ummat Islam, sekaligus menjadi landasan alasan atau motif ketika seseorang bekerja serta berwirausaha.

Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait konsep tentang kewirausahaan (entrepreneurship) ini, namun di antara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda.

Dalam Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian, dan tidak cengeng. Setidaknya terdapat beberapa ayat Al-Qur'an maupun Hadist yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan kemandirian ini. Dalam sebuah ayat Allah mengatakan, "Bekerjalah kamu, maka Allah dan orang-orang yang beriman akan melihat pekerjaan kamu" (Q.S. at-Taubah : 105). Oleh karena itu, apabila shalat telah ditunaikan maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah. (Q.S. al-Jumu'ah : 10)

---

<sup>119</sup> Al-Qur'an dan Terjemahannya Beserta Transliterasi Arab-Latin Departemen Agama RI Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, Bandung: CV. Gema Risalah Press, 1993, h. 188.



فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.<sup>120</sup>

Bekerja keras merupakan esensi dari kewirausahaan, suatu langkah nyata yang dapat menghasilkan kesuksesan (rezeki), tetapi harus melalui proses yang penuh dengan tantangan (resiko). Dengan kata lain, orang yang berani melewati resiko akan memperoleh peluang rizki yang besar.

Sebagai manusia yang dibekali akal fikiran, daya pikir yang dimiliki adalah sumber awal kreasi dan temuan baru serta yang terpenting ujung tombak kemajuan suatu umat. Dalam pandangan Baghdadi memang pemikiranlah yang secara sunnatullah mampu membangkitkan suatu umat sebab potensi bangkit dimiliki manusia manapun secara universal. Disini Allah berfirman dalam Surat ar-Ra'd:11,

لَهُ مَعْقِبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ هُونَةٍ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

11. bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu

<sup>120</sup> <http://mahmud09-kumpulanmakalah./2012/07/anjuran-berwirausaha-dalam-islam.html?m=1>, di akses pada tanggal 11 mei 2017.

kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.<sup>121</sup>

“...Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri...” Menurut Al-Baghdadi, ayat ini bersifat umum (‘aam), yakni siapa saja dapat mencapai kemajuan dan kejayaan bila mereka telah mengubah sebab-sebab kemundurannya. Mengubah keadaan agar bangkit biasanya diawali dengan merumuskan konsepsi kebangkitan.<sup>122</sup>

Apa yang tergambar di atas, setidaknya dapat menjadi bukti nyata bahwa etos bisnis yang dimiliki oleh umat Islam sangatlah tinggi, atau dengan kata lain Islam dan berdagang ibarat dua sisi dari satu keping mata uang.

Adapun Motif Berwirausaha Dalam Bidang Perdagangan menurut ajaran agama Islam, yaitu:

1. Berdagang buat cari untung



Pekerjaan berdagang adalah sebagian dari pekerjaan bisnis yang sebagian besar bertujuan untuk mencari laba sehingga seringkali untuk mencapainya dilakukan hal-hal yang tidak baik. Padahal ini sangat dilarang dalam agama Islam.”<sup>123</sup>

---

<sup>121</sup> *Al-Qur'an dan Terjemahannya Beserta Transliterasi Arab-Latin Departemen Agama RI Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an*, Bandung: CV. Gema Risalah Press, 1993, h. 251.

<sup>122</sup> M. Ismail Yusnanto & M. Kerebet, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Isnani, 2002), h. 34.

<sup>123</sup> <http://mahmud09-kumpulanmakalah.com>, diakses pada tanggal 11 mei 2017.

## 2. Berdagang adalah hobi

Konsep berdagang adalah hobi banyak dianut oleh para pedagang dari Cina. Mereka menekuni kegiatan berdagang ini dengan sebaik-baiknya dengan melakukan berbagai macam terobosan. Yaitu dengan *open display* (melakukan pajangan di halaman terbuka untuk menarik minat orang), *window display* (melakukan pajangan di depan toko), *interior display* (pajangan yang di susun didalam toko), dan *close display* (pajangan khusus barang-barang berharga agar tidak dicuri oleh orang yang jahat).<sup>124</sup>

## 3. Berdagang adalah ibadah

Bagi umat Islam berdagang lebih kepada bentuk Ibadah kepada Allah swt. Karena apapun yang kita lakukan harus memiliki niat untuk beribadah agar mendapat berkah. Berdagang dengan niat ini akan mempermudah jalan kita mendapatkan rezeki. Para pedagang dapat mengambil barang dari tempat grosir dan menjual ditempatnya. Dengan demikian masyarakat yang ada disekitarnya tidak perlu jauh untuk membeli barang yang sama. Sehingga nantinya akan terbentuk *patronage buying motive* yaitu suatu motif berbelanja ketoko tertentu saja.

Berwirausaha memberi peluang kepada orang lain untuk berbuat baik dengan cara memberikan pelayanan yang cepat, membantu

---

<sup>124</sup> *Ibid*,

kemudahan bagi orang yang berbelanja, memberi potongan, dll. Perbuatan baik akan selalu menenangkan pikiran yang kemudian akan turut membantu kesehatan jasmani.

#### 4. Perintah kerja keras

Kemauan yang keras dapat menggerakkan motivasi untuk bekerja dengan sungguh-sungguh. Orang akan berhasil apabila mau bekerja keras, tahan menderita, dan mampu berjuang untuk memperbaiki nasibnya. Allah memerintahkan kita untuk tawakkal dan bekerja keras agar dapat mengubah nasib. Jadi intinya adalah inisiatif, motivasi, kreatif yang akan menumbuhkan kreativitas untuk perbaikan hidup. Selain itu kita juga dianjurkan untuk tetap berdoa dan memohon perlindungan kepada Allah swt sesibuk apapun kita berusaha dalam bekerja karena Dialah yang menentukan akhir dari setiap usaha.<sup>125</sup>



#### 5. Perdagangan/ Berwirausaha pekerjaan mulia dalam Islam

Pekerjaan berdagang ini mendapat tempat terhormat dalam ajaran Islam.

Dalam QS.Al-Baqarah: 275 Allah SWT berfirman:

---

<sup>125</sup> *Ibid*,

لَا يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَاللَّهُ الْبَائِعُ مُدْرِمُ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَمَنْ عَادَ إِلَى اللَّهِ فَمَا عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.<sup>126</sup>

Dijelaskan bahwa Allah SWT telah menghalalkan kegiatan jual beli dan mengharamkan riba. Kegiatan riba ini sangat merugikan karena membuat kegiatan perdagangan tidak berkembang.

Berwirausaha dalam Islam yang jujur dengan tidak mengurangi timbangan serta menjauhi riba adalah anjuran yang sangat jelas terdapat pada firman Allah dan hadist-hadist nabi SAW. Berwirausaha yang islami membuat usaha yang kita jalankan menjadi mudah dan berkah, ummat Islam diperintahkan untuk kerja dan berusaha keras agar dapat meningkatkan harga dirinya serta lebih mudah dalam memperjuangkan agamanya.

<sup>126</sup> *Al-Qur'an dan Terjemahannya Beserta Transliterasi Arab-Latin Departemen Agama RI Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an*, Bandung: CV. Gema Risalah Press, 1993, h. 48.

### **BAB III**

## **KARANG TARUNA PEKON DESA GADINGREJO INDUK KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU**

### **A. Profil Karang Taruna Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo**

#### **Kabupaten Pringsewu**

#### **1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian**

Pekon Desa Gadingrejo Induk adalah salah satu desa dikecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. Pekon Desa Gadingrejo Induk adalah desa yang paling selatan yang berbatasan langsung dengan wilayah Kabupaten Pesawaran yaitu Desa Way Layap. Desa Gadingrejo memiliki batas wilayah yaitu sebelah utara berbatasan dengan Jalan Negara / Pekon Gadingrejo Utara, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Way Layap / Kab. Pesawaran, sebelah timur berbatasan dengan Pekon Gadingrejo Timur, dan sebelah barat berbatasan dengan Pekon Wonodadi. Pekon Desa Gadingrejo memiliki luas wilayah 302,7 ha<sup>127</sup>.

Potensi sumber daya manusia di desa Pekon Gadingrejo cukup memadai, dilihat dari jumlah penduduk yang berjumlah 5636 orang. Sehingga bisa dikatakan tingkat pendidikan cukup tinggi. Penduduk di Pekon Desa Gadingrejo Induk ada yang suku sunda, batak, jawa, dan lampung. Mayoritas penduduknya adalah orang bersuku jawa, sehingga adat serta kebiasaannya seperti orang jawa pada umumnya. Dilihat dari tingkat mata pencahariannya

---

<sup>127</sup> Data Monografi Pekon Gadingrejo Induk tahun 2016

masyarakat desa Pekon Gadingrejo Induk lebih banyak menjadi seorang petani dan buruh, karena di daerah ini banyak sekali terdapat sawah, kebun dan lahan pertanian lainnya dikarenakan tanah dan air di daerah Pekon Desa Gadingrejo Induk cukup subur dan berlimpah.

**Tabel. 1<sup>128</sup>**  
**Data Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencapaian**

<b>Jumlah Penduduk Menurut Mata pencapaian</b>	<b>Jumlah Orang</b>
Pegawai Negeri Sipil	137
Anggota TNI/POLRI	5
Karyawan Swasta	100
Wiraswasta/Pedagang	239
Tani	300
Pertukangan	50
Buruh	400
Lain-lain	34

Dilihat dari data di atas tingkat mata pencapaian penduduk desa maka pekerjaan buruh dan tani merupakan pekerjaan yang paling banyak di tekuni oleh masyarakat desa. Atas dasar itu penulis ingin mengajak para pemuda karang taruna untuk melihat peluang yang ada di wilayah kita sendiri bahwa keadaan alam dan sumber daya air sangat baik berada di daerah kita, penulis ingin mengajak para pemuda karang taruna khususnya dan pemuda desa pekon Gadingrejo Induk pada umumnya untuk berwirausaha di bidang pertanian dengan cara berkomunikasi secara persuasif, yaitu dengan

<sup>128</sup> Data Monografi Pekon Gadingrejo Induk tahun 2016

membudidayakan tanaman buah jambu biji untuk dapat dikelola dan dapat meningkatkan pendapatan penduduk desa.

## **2. Visi dan Misi Karang Taruna Pekon Desa Gadingrejo Induk**

### **a. Visi**

Karang Taruna merupakan wadah pembinaan dan pengembangan kreatifitas generasi muda yang berkelanjutan untuk menjalin persaudaraan dan rasa kebersamaan menjadi mitra organisasi lembaga, baik kepemudaan ataupun pemerintah dalam pengembangan kreatifitas. Kemampuan dibidang Kesejahteraan Sosial baik untuk masyarakat dilingkungan sekitar ataupun diwilayah lain<sup>129</sup>.

### **b. Misi**

- 1) Meningkatkan SDM demi masa depan yang lebih baik melalui bidang masyarakat dan menjalin kerjasama dengan instansi pemerintah ataupun pihak lain, melalui pengembangan kelompok usaha bersama.
- 2) Terwujudnya kesejahteraan sosial yang semakin meningkat bagi warga Desa pada umumnya dan khususnya generasi muda yang memungkinkan pelaksanaan fungsi sosialnya sebagai manusia pembangunan yang mampu mengatasi masalah sosial dilingkungannya.

---

<sup>129</sup> Wawancara dengan Bpk.Tugisar Ketua Karang Taruna pada tanggal 08-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.



- 3) Melestarikan kesenian daerah serta pengembangan minat untuk berolahraga.
- 4) Meningkatkan peran pemuda dan perempuan serta memberikan kesadaran pentingnya perlindungan hukum terhadap hak perempuan sebagai anak atau remaja, sebagai istri dan sebagai ibu rumah tangga melalui sosialisasi pembangunan pemberdayaan perempuan yang melibatkan anggota karang taruna.
- 5) Terwujudnya pemuda pemudi yang bertaqwa kepada Tuhan YME, penuh perhatian dan peka terhadap masalah dengan daya tahan fisik dan mental yang kuat, tegas dan teguh pendirian serta mampu berkreasi dan berkarya, jujur, sederhana sebagai acuan dimasyarakat.
- 6) Turut berpartisipasi dalam upaya peningkatan derajat kesehatan melalui perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS) serta melakukan upaya antisipatif dalam rangka menjaga dan melestarikan lingkungan hidup.<sup>130</sup>



### **3. Program Kerja Karang Taruna Pekon Desa Gading Rejo Induk**

Sebagai organisasi kepemudaan, karang taruna mempunyai program kerja disetiap bidang dalam kepengurusannya masing - masing sehingga

---

<sup>130</sup> Wawancara dengan Bpk.Tugisar Ketua Karang Taruna pada tanggal 08-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

dapat menggerakkan pemuda untuk berbakti dan mengembangkan desa mereka. Menurut beberapa pengurus di masing – masing bidang yang ada di karang taruna Desa Gadingrejo Induk, program kerja karang taruna banyak difokuskan dalam pembinaan mental dan pelatihan kewirausahaan.

*Menurut Bagus Suryo Laksono, program kerja di bidang pendidikan dan ketrampilan adalah mengadakan kegiatan positif untuk para pemuda dapat menghindarkan dari banyak keinginan negatif, banyak pelatihan pelatihan kerja agar pemuda semakin banyak ilmu dan padat kegiatan positifnya.*<sup>131</sup>

**a. Bidang Pendidikan dan Keterampilan**

- 1) Mengadakan kegiatan-kegiatan yang positif agar generasi muda tidak terjebak dalam pergaulan yang negatif.
- 2) Mengikutsertakan generasi muda mengikuti latihan-latihan kerja.
- 3) Membudayakan gerakan Hidup Sehat melalui gerakan perilaku hidup sehat dan bersih.

Di sela – sela kesibukannya dalam mengurus kolam ikannya Bapak

Nur Hidayat selaku pengurus karang taruna di bidang kerohanian dan pembinaan mental menuturkan, bahwa:

*Ya, seperti biasa program kerja nya, memeriahkan PHBI, yasinan rutin, gotong royong bersih – bersih masjid, dan yang terpenting pembinaan mental sejak dini untuk para pemuda untuk tidak takut dalam persaingan kerja, jadilah pemuda yang di perhitungkan.*<sup>132</sup>

**b. Bidang Kerohanian dan Pembinaan Mental**

- 1) Mengadakan peringatan hari – hari besar Keagamaan.
- 2) Mengadakan gotong royong menjaga kebersihan lingkungan mesjid dan langgar.

---

<sup>131</sup> Wawancara dengan Bpk.Bagus Suryo Laksono Pemuda Muslim pada tanggal 14-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

<sup>132</sup> Wawancara dengan Bpk.Nur Hidayat Pemuda Muslim pada tanggal 13-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

- 3) Mengadakan yasinan warga masyarakat.
- 4) Bekerjasama dengan Remaja Mesjid memberikan pelajaran baca tulis Al – Qur'an bagi anak – anak.
- 5) Menghidupkan nuansa bulan ramadhan melalui Tadarus Al – Qur'an, Peringatan Nuzulul Qur'an, Buka puasa bersama, Mengadakan Takbir Hari Raya Idul Fitri (dan juga Idul Adha).
- 6) Mengikutsertakan masyarakat/remaja dalam setiap kegiatan lomba yang bersifat agamis.
- 7) Meningkatkan pembinaan dan penyuluhan anak dan remaja sejak dini dalam bidaang mental, moral, agama, budi pekerti, sopan santun dalam keluarga dan masyarakat bekerja sama dengan TP PKK Desa.

Pada bidang olahraga, menurut penjelasan Janu bahwa program kerja ini sangat diminati oleh pemuda – pemuda desa.

*Program kerja bidang ini yang sangat ditunggu – tunggu oleh para pemuda, tapi kita juga sangat mementingkan hidup sehat tanpa narkoba, mental yang sportif dalam setiap pertandingan olahraga baik voli, sepakbola, futsal dan lainnya, jika sudah mampu menghasilkan uang sendiri dari berbagai kompetisi ini maka akan digunakan untuk membuat sarana dan prasarana olahraga.*<sup>133</sup>

#### c. Bidang Olahraga dan Kesenian

- 1) Membangun Jati Diri Bangsa dengan sikap mental dan perilaku yang berbudaya dengan menumbuhkan pengamalan sila-sila dalam Pancasila serta membudayakan pemahaman Cinta Tanah Air dan ada kemampuan awal bela negara.
- 2) Selalu tampil dalam kegiatan yang diadakan oleh masyarakat.
- 3) Menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya kemampuan hidup dan keterampilan untuk bisa mandiri dan upaya pencegahan penyalahgunaan Narkoba.
- 4) Membentuk beberapa tim olahraga (sepakbola, futsal, voli).
- 5) Membuat sarana dan prasarana olahraga.

<sup>133</sup> Wawancara dengan Bpk. Janu Pemuda Muslim pada tanggal 13-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

- 6) Mengikutsertakan generasi muda dalam pelatihan-pelatihan untuk memperkaya pengetahuan sebagai bekal untuk hidup mandiri.

*Menurut Bapak Qidam Anggoro, program kerja dibidang ini adalah untuk membantu masyarakat yang membutuhkan tapi tidak punya kemampuan, seperti penggalangan dana ke setiap rumah dan yang terakhir kita lakukan adalah meminta bantuan kelurahan dan warga desa untuk membantu saudara kita yang terkena kanker paru – paru yang merupakan golongan dari keluarga yang kurang mampu.<sup>134</sup>*

**d. Bidang Sosial dan Lingkungan Hidup**

- 1) Memberikan bantuan moril dan materiil dalam penyaluran sumbangan kepada masyarakat yang terkena musibah.
- 2) Turut berperan serta dalam setiap kegiatan yang ada di masyarakat.
- 3) Memasyarakatkan kepedulian terhadap Lansia, Yatim Piatu, Penyandang Cacat, dan lain sebagainya.

Di tempat lain, Bapak Tugisar yang merupakan ketua karang taruna

menjelaskan bahwa program kerja kewirausahaan amat sangat penting untuk para pemuda yang akan mulai berusaha atau sudah punya usaha kecil.

*Kepelatihan kewirausahaan sangat penting, biar pemuda desa produktif, bisa membuat inovasi baru dari kebutuhan sekitar dan mampu membaca peluang dengan baik.<sup>135</sup>*

**e. Bidang Humas dan Kemitraan Kerja**

- 1) Merencanakan kegiatan usaha yang bertujuan meningkatkan perekonomian anggota masyarakat.
- 2) Ikut berperan serta dalam usaha pertanian melalui kelompok – kelompok tani.

---

<sup>134</sup> Wawancara dengan Bpk.Qidam Anggoro Pemuda Muslim pada tanggal 14-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

<sup>135</sup> Wawancara dengan Bpk.Tugisar Ketua Karang Taruna pada tanggal 14-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

#### 4. Keadaan Pemuda Muslim Desa Gadingrejo Induk

Pemuda adalah mereka yang sedang menjalani transisi dari masa kanak-kanak menuju periode ketika mereka dituntut untuk menjadi lebih mandiri dalam segala aspek kehidupan, mereka juga diharapkan untuk memiliki kepekaan sebagai bagian dari masyarakat tempatnya beraktivitas.

Pemuda muslim Gadingrejo Induk cukup banyak dan memiliki aktivitas yang berbeda-beda. Banyak yang sudah bekerja, ada yang masih melanjutkan pendidikan dan tidak sedikit yang sudah membangun rumah tangga. Mayoritas pekerjaan yang dijalani pemuda muslim di desa ini ada bekerja sebagai pembuat tahu dan peternak ayam potong, karena di desa kami kedua usaha itu yang sementara menjadi ikon dan sudah dikenal banyak orang.

Pekerjaan yang mereka jalani menuntut mereka mengeluarkan tenaga dan waktu cukup banyak, bekerja dari pagi hingga sore hari. Sisi negatifnya adalah para pemuda ini banyak yang menghabiskan waktu di malam harinya dengan kegiatan yang sangat merugikan diri mereka sendiri dan masyarakat sekitar, banyak dari mereka yang meminum minuman yang memabukkan seperti tuak, bir dan minuman beralkohol lainnya.<sup>136</sup>

Perilaku seperti ini biasanya dilakukan oleh para pemuda yang bekerja hanya untuk mencari uang secara cepat dan tidak memikirkan untuk membangun desa mereka agar lebih bermanfaat kedepannya. Selain dari

---

<sup>136</sup> Observasi Penulis, di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

meminum alkohol pemuda desa ini ada juga yang bermain judi seperti koprok dan billiard, mereka sudah kecanduan dengan mendapatkan uang secara instan. Jika dilihat dari penuturan salah seorang pemuda yang sering berjudi koprok bahwa untuk mendapatkan uang banyak tidak perlu berkeringat banyak, duduk saja dan menunggu nasibmu menjadi baik.

*Bawa duit 200ribu kadang jadi dua juta tanpa harus capek-capek, kadang jadi dua ribu, kalo pas nasibnya baik ya enak, tapi kalo pas apes yaudah pulang, hehe.*<sup>137</sup>

Masyarakat Desa Gadingrejo Induk masih banyak yang merupakan keturunan asli daerah ini, dalam kata lain desa ini belum banyak masyarakat pendatang yang menetap disini. Rasa kekeluargaan antar pemuda disini sangat kental terjaga, apabila ada salah satu pemuda yang tertimpa musibah atau kecelakaan maka semua pemuda akan menjemput dan segera melakukan pertolongan. Atas dasar kebersamaan itu juga para pemuda meminum minuman yang memabukkan karena merasa tidak enak dengan temannya.

*Menurut Aji, yang merupakan pemuda asli Gadingrejo Induk menjelaskan bahwa jika satu pemuda ada yang terluka maka semua pemuda juga ikut merasakannya, jadi terkadang tidak enak hati untuk tidak mencoba minuman apa yang dicoba oleh teman kita saat kita ditawari untuk meminumnya.*<sup>138</sup>

Pemuda muslim Gadingrejo Induk tidak semua melakukan kegiatan negatif, banyak juga yang mengikuti kegiatan positif yang diselenggarakan

---

<sup>137</sup> Wawancara dengan Alif Pemuda Muslim pada tanggal 02-01-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

<sup>138</sup> Wawancara dengan Aji Pemuda Muslim pada tanggal 02-01-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

oleh karang taruna desa, seperti mengikuti latihan bola voli secara rutin di lapangan voli milik desa, berlatih sepakbola dan yang terbaru adalah adanya tim futsal didaerah Pekon Gadingrejo Induk.

*Menurut Sugeng, yang merupakan salah satu pengurus karang taruna mengungkapkan bahwa pihak desa tidak akan perhitungan dengan kegiatan positive yang dilakukan pemuda desa, seperti mendaftarkan tim voli, sepakbola dan futsal dalam kejuaraan antar desa atau open turnamen sekalipun.*<sup>139</sup>

Ada beberapa pemuda yang masih melanjutkan pendidikannya ke jenjang perguruan tinggi seperti Universitas Islam Negeri Lampung, Universitas Negeri Lampung dan perguruan tinggi lainnya. Kebanyakan dari mereka yang melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi memiliki keluarga dengan ekonomi yang baik.<sup>140</sup>

Keadaan pemuda muslim di Desa Gadingrejo Induk memang sangat bervariasi dengan sisi negatif dan positifnya. Jika kita pernah mendengar kata – kata motivasi yang berbunyi “*kalau bukan kita siapa lagi, kalau bukan sekarang kapan lagi*” maka kata motivasi itu yang membuat saya ingin mengembangkan desa menjadi salah satu objek dan tujuan wisata tanaman buah jambu biji dengan mengajak para pemuda muslim Desa Gadingrejo Induk untuk bergerak bersama – sama membangun desa.

---

<sup>139</sup> Wawancara dengan Bpk.Sugeng Pemuda Muslim pada tanggal 20-01-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

<sup>140</sup> Observasi Penulis, di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

## 5. Kegiatan Pemuda Muslim di Bidang Budidaya Pertanian Jambu Biji

Kegiatan budidaya tanaman jambu biji sudah mulai dilakukan di desa gading rejo induk, sudah ada tiga orang pemuda yang menanam cukup banyak tanaman jambu biji yang bertujuan untuk menstimulus pemikiran para pemuda lain untuk mau ikut menanam dan membuktikan bahwa jambu biji bisa menghasilkan keuntungan di kemudian hari.<sup>141</sup>

Memang tidak bisa di pungkiri bahwa awal-awal untuk mengajak mereka menanam tanaman ini sangat sulit, mereka menganggap bahwa jambu biji tidak ada harga nya, karena sejak mereka kecil jambu biji adalah buah yang sangat banyak, tidak terawat dan dijadikan mainan oleh anak – anak bersama kawan sebayanya.

Untuk meyakinkan warga dan khususnya pemuda sekitar bahwa jambu biji bernilai ekonomi, maka dengan model komunikasi persuasif yang tepat, pendekatan yang lembut yang dilakukan sesering mungkin dan membuktikan bahwa jambu biji laku di jual dipasaran.

Sekarang sudah ada tiga orang yang membudidayakan nya, mereka adalah Iwan Affandi, Narimo dan Aris Setiawan. Untuk Iwan Affandi beliau menanam lebih dari 150 batang di pekarangan rumahnya dan sudah berusia kurang lebih 8 bulan dan sudah mulai bisa dibuahkan dan menurut penuturan beliau sudah ada tetangga yang membeli jambunya dengan harga 15ribu per kilogram dengan kisaran buah 5-6 buah perkilo.

---

<sup>141</sup> Observasi Penulis, di Desa Pekon Gading Rejo Induk, Pringsewu.



*Tetangga – tetangga sudah banyak yang beli, kadang untuk oleh – oleh jika ingin bepergian, apalagi kalau ada yang hajatan didaerah sini banyak tamu undangan yang penasaran dan membeli jambu atau bibit nya. Jika hasil panen lumayan banyak saya biasanya titipkan kepedagang dipasar dan itu pasti habis.*<sup>142</sup>

Dari hasil wawancara di atas kita tahu bahwa tanaman jambu biji sudah mulai dikenal dan disukai oleh warga desa Gadingrejo Induk dengan adanya warga yang membeli langsung ke kebun Iwan, serta sudah diterima dipasar Gadingrejo, dengan harga yang iwan berikan kepada penjual adalah 15ribu rupiah, sedangkan para penjual menjualnya kembali dengan harga 20ribu rupiah.

Berbeda lagi dengan Narimo Basuki, orang yang pertama kali percaya dan menanam tanaman buah jambu biji karena beliau yakin pada suatu hari nanti akan memiliki nilai jual yang baik, berpendapat bahwa:

*Saya percaya bahwa jambu biji akan memiliki nilai jual suatu saat nanti, apalagi jambu biji Kristal non-biji, jambu ini enak dan renyah, mungkin orang desa ini belum banyak yang tahu tentang itu.*<sup>143</sup>

Beliau sudah menanam tanaman jambu biji lebih dari setahun lalu dipekarangan dan halaman belakang rumahnya, beliau sudah mampu menjual buah dan cangkakan kepada warga sekitar dengan harga 15ribu rupiah per kilogram untuk buah jambu nya dan 25ribu rupiah per batang tanaman jambu dari hasil pencangkakan.

---

<sup>142</sup> Wawancara dengan Bpk.Iwan pada tanggal 04-01-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

<sup>143</sup> Wawancara dengan Bpk.Narimo pada tanggal 04-01-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

Aris setiawan merupakan warga desa gading rejo induk yang bekerja didaerah lampung tengah, meskipun begitu beliau tetap percaya bahwa berwirausaha jambu biji akan menguntungkan dan tidak akan menemui kegagalan yang berarti. Beliau mempercayakan pekarangan rumahnya untuk ditanami buah jambu biji dengan mempekerjakan seorang tetangganya untuk merawat kebun nya.

*Setelah awalnya saya melihat beberapa orang yang menanam dan hasilnya bisa membangun dan memperindah desa kita ya kenapa tidak, saya sudah mendengar bahwa tanaman ini akan berbuah sepanjang tahun dan tidak perlu bongkar lahan setelah panen, saya kira kegagalan nya akan kecil.<sup>144</sup>*

Menurut beliau membangun desa dengan merencanakan membuat desa wisata akan sangat membantu warga sekitar, khususnya dibidang perekonomian. Atas dasar itu beliau bersedia berwirausaha tanaman buah jambu biji agar desa kita ini berkembang dan dikenal masyarakat luas, sehingga para pemuda yang bekerja diluar daerah bisa kembali dan mengurus serta membantu mengembangkan desa mereka sendiri.

Ada beberapa pemuda yang masih belajar dalam hal mencangkok batang tanaman jambu biji agar dapat tumbuh dengan baik, mereka adalah Agus dan Dirga, bukan hanya buahnya saja tetapi bibit jambu biji hasil pencangkakan juga bisa di jadikan usaha yang menguntungkan. Pembeli akan

---

<sup>144</sup> Wawancara dengan Bpk.Aris pada tanggal 04-01-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

yakin apabila konsumen membeli sendiri di kebun daripada membeli di tukang jual tanaman keliling yang belum tahu keasliannya.<sup>145</sup>

Margianto merupakan tukang cukur di desa gading rejo induk, beliau menuturkan bahwa pekerjaan mencukur harus diimbangi dengan pekerjaan lainnya agar mampu mencukupi kebutuhannya sehari-hari dikarenakan mencukur saja tidak cukup untuk memenuhi kebutuhannya.

*Menurut saya wirausaha ini cukup menjanjikan apalagi sekarang sudah banyak pemuda yang bersedia menanam tanaman buah jambu ini, aka ada banyak kesempatan pekerjaan baru apabila wirausaha ini berjalan dengan lancar.*<sup>146</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa akan banyak usaha baru yang dapat dilakukan warga desa, seperti Margianto ini yang berinisiatif membuat bungkus buah yang dipakai untuk membungkus buah jambu muda hingga matang dengan modal dari pemilik kebun, beliau membeli koran bekas di pemulung dan membeli plastik kresek dipasar untuk dijadikannya pembungkus jambu dan mendapatkan upah dari pekerjaannya itu.

Ada banyak sekali pekerjaan yang bisa dilakukan masyarakat sekitar apabila wirausaha tanaman buah jambu biji ini bisa berkembang di desa gading rejo induk, akan banyak warga yang menciptakan lapangan pekerjaan baru serta berpenghasilan lebih, terlebih sekarang desa gading rejo induk

---

<sup>145</sup> Observasi penulis, di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

<sup>146</sup> Wawancara dengan Bpk.Margianto Pemuda Muslim pada tanggal 04-01-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

sudaah mulai dikenal masyarakat luas karena memiliki kebun tanaman buah jambu biji.

Itulah beberapa kegiatan pemuda karang taruna desa Gadingrejo Induk dalam hal budidaya tanaman buah jambu biji agar dapat di jadikan sebuah usaha untuk memperbaiki ekonomi masyarakat desa dan yang terpenting untuk membuat desa Gadingrejo Induk desa agrowisata di Kabupaten Pringsewu.

#### **B. Proses Komunikasi Persuasif Dalam Berwirausaha**

Komunikasi adalah suatu aspek kehidupan manusia yang paling mendasar, penting, dan kompleks. Kehidupan sehari-hari kita sangat dipengaruhi oleh komunikasi kita sendiri dengan orang lain. Dalam hal teknik komunikasi kita mengenal teknik yang bernama persuasif, yaitu teknik yang bertujuan untuk merubah sikap dan perilaku komunikan agar mengikuti kehendak dari komunikator dengan tidak ada rasa terpaksa atau dipaksa.



Untuk bisa mempengaruhi sasaran sampai ketinggian bersedia melakukan sesuatu, atau merespon dalam bentuk aksi, maka kita perlu melalui tahapan – tahapannya, Dalam komunikasi ada sebuah formula yang disebut AIDDA yakni Attention (Perhatian), Inters (Minat), Desire (Hasrat), Decision (Keputusan), dan Action (Kegiatan).

1. Menarik perhatian ( *Attention* ).

Untuk membuat orang di desa percaya dengan wirausaha yang sedang kita jalankan yang pertama caranya yaitu dengan menjelaskan dulu informasi dasarnya, agar sasaran atau warga Desa Gading Rejo Induk mengetahui tentang wirausaha atau produk apa yang akan ditawarkan . Agar sasaran lebih tertarik imbuhi informasi dengan fakta yang mengandung daya tarik, seperti hasil panen yang tidak mengenal musim, pohon yang akan terus panen tanpa bongkar lahan setelah panen, belum ada petani di daerah Pringsewu yang menanam tanaman buah jambu biji dan sebagainya.

*Menurut Bapak Yanto selaku salah satu motivator untuk pemuda berwirausaha jambu biji merupakan tanaman buah yang sangat mudah dalam perawatannya, tanaman ini hanya cukup menanam satu kali dan kita bisa menikmati hasil panennya berkali-kali, tanaman ini produktif sekitar umur 1,5 tahun sampai 2 tahun. Beda dengan tanaman nanas yang hanya satu kali panen yang langsung bongkar lahan dan menanam bibit baru, beda dengan tanaman pepaya yang 2 sampai 3 kali panen kualitas buah semakin mengecil, tapi tidak dengan jambu biji secara terus menerus akan panen dengan kualitas yang sama bahkan akan melebihi kualitas panen sebelumnya jika pengurusan kebun dilakukan dengan baik seperti melakukan penyemprotan insektisida teratur, membersihkan rumput disekitar tanaman dengan bersih dan lain sebagainya.<sup>147</sup>*

Dari hasil wawancara di atas bisa kita lihat bahwa untuk merawat tanaman jambu biji tidak memerlukan biaya yang banyak seperti yang ditakutkan oleh warga desa kebanyakan, tanaman ini akan

---

<sup>147</sup> Wawancara dengan Bpk.Yanto Motivator pada tanggal 14-12-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu

berbuah sepanjang tahun tanpa mengenal musim apabila perawatannya dilakukan dengan baik, tidak ada bongkar lahan setelah panen dan hanya sekali tanam, serta masa produktif tanaman yaitu kisaran umur 2 tahun setelah penanaman dari bibit hasil cangkoan.

Ditempat lain, disela – sela kesibukannya sebagai salah satu staf pengajar di SMP Negeri 1 Gadingrejo, Bapak Anggo menyampaikan pendapatnya tentang tanaman jambu biji yang akan dijadikan wirausaha pemuda desa Gadingrejo Induk.

*Banyak dari warga didaerah saya yang pekerjaan nya mayoritas petani mereka khawatirkan adalah bagaimana cara pemasarannya ? apakah ada pembelinya? Apakah akan habis buahnya jika di tanaman ratusan batang? Hal ini yang sudah di siapkan solusinya. Buah ini bisa mereka jual belikan sendiri jika mampu menghabiskan seluruh buah yang mereka panen, bisa dijual dipasar, dipinggir jalan atau dikios buah. Masalah bagaimana cara mendapatkan bibit nya mereka tidak usah khawatir dengan bibit beli dimana, berapa harganya dan biaya soal bibit lainnya sudah tidak usah mereka pikirkan, yang terpenting adalah mereka mempunyai lahan dan siap untuk merawat kebunnya dengan kesabaran dan penuh tanggung jawab, karena pada dasarnya wirausaha ini adalah kerja sama yang saling menguntungkan kedua belah pihak dengan adanya surat perjanjian yang di tanda tangani kedua belah pihak pula. Tetapi jika mereka ingin menjual buahnya langsung habis, bisa dilakukan diperusahaan besar yang bisa menampung berpapun hasil panen kita, tentu kekurangannya yaitu harga yang mereka patok tidak semahal jika kita menjual eceran, setidaknya kita bisa menjual habis hasil panen tanpa takut ada yang tidak laku dan buah menjadi busuk dikemudian hari.<sup>148</sup>*

---

<sup>148</sup> Wawancara dengan Bpk. Anggo Pemuda Muslim pada tanggal 15-12-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu

Kerja sama saling menguntungkan seperti itu yang sedang akan dibangun untuk menumbuhkan motivasi pemuda desa agar mereka mau berwirausaha tanaman buah jambu biji, tentunya dengan teknik berkomunikasi persuasif yang saya gunakan untuk membuat mereka mau merubah sikap, perilaku dan tindakan mereka kearah yang lebih positif.

Banyak desa didaerah daerah jawa, misalnya Yogyakarta yang sempat penulis jadikan tempat Praktek Kerja Lapangan beberapa tahun lalu mereka sangat mengembangkan desa nya dengan berbagai keunggulan yang dimiliki desa tersebut. Desa Brayut salah satu nya yang menjadikan desa nya desa wisata dan membuat warganya mendapat banyak penghasilan dari sana, dari membuat manik-manik, tempat tinggal sementara, daur ulang sampah dan lainnya.

## 2. Menarik minat.

Dalam tahap selanjutnya kita bertujuan untuk meningkatkan rasa tertarik itu, hingga sasaran merasakan layanan atau produk (wirausaha) yang disampaikan adalah ide luar biasa yang merupakan suatu kebutuhan. Untuk bagian ini kita bisa mendorong keterangan soal cara bagaimana seharusnya layanan atau produk (wirausaha) menyelesaikan persoalan dari sudut penggunaanya atau sasarannya.

Didaerah Lampung sendiri sudah semakin banyak desa yang sedang berkembang, banyak desa yang mulai merawat dan

menonjolkan kelebihan atau keunggulan sumber daya mereka masing-masing. Dengan alasan-alasan itu saya ingin membuat desa saya menjadi desa agrowisata yang akan dikenal banyak orang dan menjadi tujuan wisata bagi warga sekitar dan langkah pertamanya yaitu dengan melakukan komunikasi persuasif dengan pemuda desa karang taruna Gadingrejo Induk agar mau bersama-sama membangun desa, langkah awalnya dengan membudidayakan tanaman jambu biji yang bisa kita jual hasilnya atau bisa dengan memanfaatkan lokasi tanam nya yang semakin banyak dan luas menjadi desa agrowisata dikemudian hari.

Tukino yang merupakan salah satu pemuda di desa Gadingrejo Induk yang pekerjaannya serabutan dan tidak memiliki pendapatan yang cukup untuk kehidupan nya sehari-hari, berpendapat bahwa:

*Menurut saya usaha ini cukup langka dan belum ada desa wisata di Pringsewu ini, tapi bagaimana cara memasarkan buah jambu nya mas? Apakah pasti ada peminatnya dan apakah harga nya stabil? Saya juga mempunyai lahan kopi cokelat tetapi buah nya kalau sudah terserang penyakit sangat susah diobati.*<sup>149</sup>

Jika dibandingkan dengan buah kopi cokelat harga perkilonya buah jambu biji akan lebih murah, tapi jika dihitung dengan jangka panjang maka tanaman buah jambu biji akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan buah kopi cokelat,

---

<sup>149</sup> Wawancara dengan Bpk.Tukino Pemuda Muslim pada tanggal 04-12-2016 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.



karena buah kopi cokelat hanya panen dua kali dalam setahun dan buah jambu biji akan panen dua kali dalam satu bulan.

Menurut Bapak Tugisar, sudah banyak orang yang mengganti kebun lama mereka dengan menanam tanaman buah jambu biji, banyak contohnya yang terjadi di daerah Sumberejo Kabupaten Tanggamus.

*Sudah banyak cerita orang yang mengganti kebun lama mereka seperti kopi cokelat, kebun kelapa, sayuran atau bahkan kolam ikan mereka dengan menanam tanaman buah jambu biji, banyak contohnya di sumberejo, besok kapan kapan kita berkunjung kesana. Dan akan banyak peluang usaha nanti apabila wirausaha ini sukses apalagi desa ini bisa menjadi tujuan wisata.*<sup>150</sup>

Dayat merupakan salah seorang pemuda desa Gadingrejo Induk dengan usia 30 tahun yang mempunyai satu orang anak, dia bekerja sebagai montir di daerah lampung tengah dan meninggalkan istri dan anaknya di kampung demi mencari nafkah, juga memberikan pendapat tentang wirausaha tanaman buah jambu biji ini.

*Menurut saya usaha ini menarik, karena belum ada tempat liburan bertema alam apalagi kebun buah di pringsewu ini, nanti apabila sudah berhasil dan menjadi ikon di daerah kita ini saya akan kerja di kampung saja dengan memanfaatkan lahan sekitar rumah, biar lebih dekat sama keluarga juga.*<sup>151</sup>

Nur hidayat pemuda pekon desa Gadingrejo Induk yang usianya 23 tahun lulusan sekolah menengah kejuruan di jurusan teknik

---

<sup>150</sup> Wawancara dengan Bpk.Tugisar Ketua Karang Taruna pada tanggal 05-12-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu

<sup>151</sup> Wawancara dengan Dayat pada tanggal 07-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

komputer jaringan juga kesulitan untuk mencari pekerjaan, dia sekarang bekerja serabutan dengan membuat profil (kusen) rumah disalah satu industri rumah tangga milik tetangganya, dia mengaku pekerjaannya cukup berat dengan hasil yang kurang mencukupi yaitu Rp. 30.000 per hari.

*Kegiatan ini positif, saya kerja kan setengah hari, sore harinya daripada menghabiskan waktu untuk futsal terus, lebih baik mengurus tanaman buah yang sedikit menghasilkan, apabila setiap rumah di halaman depannya ada tanaman buah jambu biji maka desa ini akan terlihat indah dan menarik para warga lain untuk berkunjung ke kampung kita.<sup>152</sup>*

Seorang anggota karang taruna dibidang sosial dan lingkungan hidup Bagus Suryo Laksono yang juga merupakan mahasiswa di salah satu Universitas di Lampung juga memberikan keyakinannya akan proses mencari solusi untuk memajukan ekonomi dan membangun desa dengan cara wirausaha tanaman jambu biji.

*Salah satu tujuan seseorang pergi untuk menempuh pendidikan tinggi adalah untuk kembali membangun kampung mereka supaya lebih baik, berguna untuk masyarakat, ini merupakan ide yang sangat baik dan untik, apabila semua warga mau bergerak dan mempunyai tujuan yang sama maka desa wisata akan terbentuk dan saya siap membantu dengan penuh.<sup>153</sup>*

Lalu bagaimana wirausaha ini membantu para penggunanya di kemudian hari jika sudah berjalan? Wirausaha ini akan sangat

---

<sup>152</sup> Wawancara dengan Nur Hidayat Pemuda Muslim pada tanggal 07-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

<sup>153</sup> Wawancara dengan Bagus Pemuda Muslim pada tanggal 23-12-2016 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

membantu untuk meningkatkan ekonomi masyarakat seluruh desa, mereka bisa membuat rumah olahan dari jambu biji, oleh-oleh khas dari desa agrowisata ini seperti kaos, jaket dan sebagainya, bisa menjadi pemandu wisata dan lainnya. Masyarakat desa akan terbantu dengan adanya wirausaha ini.

### 3. Hasrat

Pada bagian ini sampaikan berapa lama wirausaha ini akan berhasil, peluang apa saja yang akan didapat apabila wirausaha sudah berhasil dan seberapa besar potensi bisnis nya jika wirausaha ini tercapai agar terjadi titik tolak bagi timbulnya hasrat.

Bapak Yanto yang merupakan staff penyuluhan pertanian dari perusahaan terbesar di Lampung yang bergerak dibidang pertanian khususnya pertanian tanaman buah jambu biji yang sudah sangat berpengalaman juga memberikan banyak ilmu untuk kami karena pada awalnya beliau lah yang mempunyai pemikiran untuk membuat sebuah desa agrowisata didaerah kami, beliau melihat potensi sumber daya alam seperti tanah yang subur dan sumber air yang mudah didapat daerah kami.

*Beliau berpendapat bahwa jika ada salah seorang pemuda yang mau bergerak dan menjalin komunikasi dengan baik kepada para warga akan pentingnya merubah sistem pertanian yang konvensional menjadi bertani yang lebih modern dan memberikan lebih banyak solusi kepada masyarakat disekitarnya agar mendapat pendapat yang lebih banyak sehingga mereka bisa hidup lebih sejahtera dengan*

*wirausaha mandiri yang dilakukan oleh masyarakat desa itu sendiri. Beliau menyarankan untuk membuat contoh untuk para warga sekitar dahulu, tanam dahulu, buahkan dahulu, biarkan warga penasaran dan bertanya tentang usaha kita, produktifkan dahulu usaha kita agar menjadi perhatian warga sekitar setelah itu barulah kita dengan mudah bisa mengajak mereka untuk menekuni pertanian yang lebih modern seperti ini. Dan beliau kembali menegaskan bahwa 2 tahun adalah masa produktif tanaman untuk siap panen dari bibit hasil cangkoan, mengingat banyaknya pertanyaan tentang berapa lama masa produktif tanaman hingga bisa dipanen.*<sup>154</sup>

Dari tiga pemuda yang sudah berhasil diajak untuk berwirausaha tanaman buah jambu biji dan sudah mulai menikmati hasilnya dikit demi sedikit, kini banyak warga yang antusias untuk bertanya secara langsung kepada pemuda yang sudah menanam ataupun kepada Bapak Yanto tentang wirausaha ini.

#### 4. Keputusan

Bagi seorang komunikator adanya hasrat belum berarti apa-apa tanpa datangnya keputusan untuk melakukan tindakan dari si komunikator. Keputusan akan datang apabila komunikator sudah merasakan minat atas apa yang disampaikan oleh komunikator. Mereka akan memutuskan untuk melanjutkan sikap mereka atau tidak, atas dasar itu dalam tahapan minat kita dituntut untuk memasukkan unsur bujukan, rayuan dan ajakan sehingga dapat menyentuh sisi psikologis dari komunikator.

---

<sup>154</sup> Wawancara dengan Bpk. Yanto Motivator pada tanggal 02-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

## 5. Tindakan

Untuk bisa mendapatkan aksi langsung dari sasaran yang kita ingin ajak berwirausaha, kita bisa menjelaskan berapa lama wirausaha ini akan tercapai, peluang apa saja yang akan didapat apabila wirausaha ini sudah tercapai dan memberikan contoh nyata tentang wirausaha ini, dan itu semua membutuhkan waktu yang cukup lama.

Sama halnya dengan komunikasi persuasif dalam Qs. An-nahl ayat 125 sudah di tekankan bahwa berdakwahlah dengan cara yang bijak atau hikmah Hikmah adalah cara tertentu untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain atas dasar pertimbangan sosiologis, psikologis, dan rasional.

Tokoh pemuda Diki Ariyanto juga sangat menyambut baik adanya rencana wirausaha yang akan dilakukan melibatkan pemuda khususnya pemuda muslim didesanya.

*Menurut Diki Ariyanto, pemuda sekarang banyak yang kurang menyadari pentingnya berwirausaha sedini mungkin. Berwirausaha kita mampu mendapatkan hasil yang semaksimal mungkin tanpa ada batasan asalkan jangan takut untuk memulai sesuatu, jangan takut untuk rugi dan gagal dalam suatu usaha. Untuk memulai semua itu beliau menyarankan untuk membuat acara khusus yang akan mempertemukan para pemuda karang taruna agar para pemuda mempunyai semangat wirausaha, mempunyai kemauan untuk mengembangkan desanya sendiri tanpa harus kesana kemari mencari pekerjaan dan meninggalkan desanya. Beliau juga menambahkan apabila nanti usaha ini berhasil beliau juga akan membantu dengan membuat permohonan*

*lahan kepada kelurahan agar diberikan lahan yang lebih luas untuk mengembangkan usaha ini.*<sup>155</sup>

Dalam tahapan ini kita memberikan informasi tentang siapa saja yang akan terlibat dalam mengelola wirausaha ini yaitu Bapak Yanto yang sudah puluhan tahun bekerja dibidang tanaman buah, Bapak Tugisar yang merupakan ketua karang taruna Desa Gadingrejo Induk. Untuk menuntaskan tahapan proses komunikasi persuasif dalam berwirausaha ini, lakukan dengan menegaskan jenis bantuan, dukungan, atau kontribusi seperti apa yang diinginkan, agar sasaran tahu dengan jelas tentang apa harapan kita yaitu kita menyediakan bibit secara gratis kepada masyarakat desa yang akan menanam tanaman buah jambu biji dengan beberapa kesepakatan yang sudah terlebih dahulu disetujui, menjamin penjualan buah yang pasti akan terbeli habis dan mengoptimalkan desa sebagai tempat wisata tanaman buah jambu biji.

Membiasakan untuk berkomunikasi secara lembut dan tidak memaksakan kehendak dalam kehidupan sehari – hari membuat kita akan lebih banyak didengarkan dan dipercaya orang lain dalam beberapa aspek kehidupan, teknik persuasif mengajarkan kita untuk melakukan itu semua, berkomunikasi tanpa adanya unsur koersi sedikitpun sehingga akan terbentuk suasana yang nyaman dan kondusif. Setelah teknik komunikasi persuasif

---

<sup>155</sup> Wawancara dengan Bpk. Diki Pemuda Muslim pada tanggal 08-01-2017 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

berjalan dengan baik maka kita akan mudah mengajak mereka untuk taat kepada Allah SWT, menjadikan mereka pemuda mandiri dengan wirausaha sendiri serta mencetak pemuda yang lebih agamis.

### C. Faktor Pendukung dan Penghambat

Dalam proses komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna Desa Gadingrejo Induk tentunya tidak terlepas dari berbagai faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dan menghambat prosesnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan cara wawancara dari beberapa pengurus karang taruna dan tokoh masyarakat, serta hasil observasi penulis di Desa Gadingrejo Induk Prinsewu dan berikut adalah hasil wawancaranya.

*Saya kira ini peluang usaha yang cukup menjanjikan karena usaha ini tidak mengeluarkan banyak biaya, untuk faktor pendukung nya ya sudah banyak adek liat, karang taruna yang masih aktif dan pengurus yang masih ramai apabila ada perlombaan olahraga antar kampung.<sup>156</sup>*

Ditempat lain Bapak Tugisar disela-sela kesibukannya juga menjelaskan faktor pendukung dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha di desa kita ini.

*Adanya pelatihan kewirausahaan yang diadakan kelurahan yang lumayan banyak diikuti para pemuda itu kan mendadakan ada jiwa*

---

<sup>156</sup> Wawancara dengan Bpk.Qiddam Anggoro Pemuda Muslim pada tanggal 08-01-2018 di Desa Pekon Gading Rejo Induk, Pringsewu.

*entrepreneur di setiap pemuda yang ikut pelatihan dan juga lahan kosong yang masih banyak jika dilihat di desa kita ini.*<sup>157</sup>

Secara garis besar faktor pendukung dan penghambat itu dapat di kategorikan kepada dua hal yaitu faktor dari dalam (*internal*) yang datang dari dalam karang taruna dan faktor dari luar (*eksternal*) yaitu faktor yang datang dari luar. Adapun faktor pendukung internal dalam prosesnya sebagai berikut:

1. Pada tahap awal tersedianya karang taruna yang masih aktif di desa Gadingrejo Induk.
2. Adanya loyalitas dan semangat pengurus dan anggota karang taruna untuk membangun pemuda dan desa.
3. Tersedianya sarana dan prasarana untuk melakukan transaksi dan operasional dalam segala kegiatan karang taruna.

Sedangkan faktor pendukung eksternal dalam upaya menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna desa Gadingrejo Induk dapat di lihat dalam uraian berikut:

1. Potensi pemuda muslim yang ada di desa Gadingrejo Induk Kabupaten Pringsewu.
2. Adanya keinginan beberapa pemuda muslim untuk dapat berwirausaha mandiri tanpa menjadi beban orang tua.
3. Banyaknya lahan kosong dan mudahnya sumber air yang berada di desa Gadingrejo Induk.

---

<sup>157</sup> Wawancara dengan Bpk.Tugisar Ketua Karang Taruna pada tanggal 08-01-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.



Disisi lain Bapak Riski yang selaku Motivator dalam bidang kewirausahaan, menjelaskan bahwa banyak kendala yang akan dihadapi dalam proses wirausaha ini.

*Banyak pemuda yang masih gengsi dan malu untuk berwirausaha apalagi bertani dan banyakin lagi pelatihan – pelatihan kewirausahaan lainnya, seperti pemasaran, kemasan dan sebagainya, jadilah hiu lautan jangan jadi hiu kolam yang makannya teratur tapi dikasih makan gak cari sendiri kaya hiu lautan, hiu lautan lebih banyak punya tantangan dan melatih kematangan dalam berwirausaha.*<sup>158</sup>

1. Kurangnya minat para pemuda muslim dalam bidang pertanian yang mereka anggap bertani adalah pekerjaan orang tua.
2. Kurangnya minat menjadi seorang enterprener dan lebih memilih menjadi pekerja pabrik atau industri.
3. Masih banyaknya pemuda yang kurang memahami arti pepatah “*berakit-rakit ke hulu berenang-renang kemudian, bersakit-sakit dahulu, bersenang-senang kemudian*” yaitu kita berusaha semaksimal mungkin dahulu tanpa memikirkan uang dan untungnya karena berwirausaha apalagi bertani, uang dan keuntungannya tidak datang secara langsung. Disini banyak pemuda yang masih ingin mendapatkan uang secara langsung dan bersikap tidak sabar dalam mendapatkan keuntungan.
4. Minimnya kegiatan karang taruna yang bertemakan usaha mandiri dan sejenis pelatihan skill lainnya.<sup>159</sup>

---

<sup>158</sup> Wawancara dengan Bpk.Riski Motivator pada tanggal 05-02-2018 di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu

<sup>159</sup> Observasi penulis, di Desa Pekon Gadingrejo Induk, Pringsewu.

**BAB IV**  
**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENUMBUHKAN MOTIVASI**  
**BERWIRAUSAHA PEMUDA MUSLIM KARANG TARUNA**  
**DESA GADINGREJO INDUK KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN**  
**PRINGSEWU**

Setelah penulis mengumpulkan data-data yang diperoleh dari hasil interview atau wawancara dengan beberapa responden yang berkaitan dengan judul karya tulis ini yaitu Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Pemuda Muslim Karang Taruna Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu, yang kemudian dituangkan dalam penyusunan dalam bab-bab terdahulu, maka sebagai langkah selanjutnya penulis akan menganalisis data yang penulis kumpulkan.

Sesuai dengan teknik analisa data yang penulis pilih yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menganalisa data yang telah peneliti kumpulkan dari observasi, wawancara (interview) dan dokumentasi selama peneliti mengadakan penelitian di Desa Gadingrejo Induk, maka data yang diperoleh dan dipaparkan oleh peneliti akan dianalisa oleh peneliti sesuai dengan hasil penelitian, hasil yang diperoleh dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

Karang taruna merupakan suatu organisasi kemasyarakatan non partisipan yang berfungsi sebagai wadah untuk menampung kreativitas dan inovasi dari para pemuda desanya. Dewasa ini karang taruna seolah hidup segan mati tak mau, banyak yang mempunyai anggota kepengurusan tetapi tidak ada kegiatan sama sekali atau hanya sekali dalam setahun dalam merayakan hari kemerdekaan Indonesia.

Hal itu disebabkan oleh kurangnya sosialisasi adanya karang taruna aktif di desa mereka dan proses komunikasi yang berjalan kurang baik, sehingga pemuda desa ragu untuk mengungkapkan aspirasi mereka tentang ide-ide usaha yang akan mereka jalankan demi membangun desa mereka. Dengan demikian pendekatan dengan metode komunikasi persuasif di rasa sangat cocok untuk membuat para pemuda desa khususnya pemuda muslim untuk ikut berperan aktif dalam membangun desa salah satunya yaitu dengan berwirausaha tanaman buah jambu biji.

Proses komunikasi mengandung pengertian terjalannya komunikasi yang melibatkan unsur-unsur komunikasi didalamnya:

**Tabel. 2**  
**Data Yang Berhubungan Dengan Proses Komunikasi Persuasif**

<b>Unsur-unsur Komunikasi</b>	<b>Keterangan</b>
Komunikator	Motivator
Komunikan	Pemuda Muslim
Pesan (message)	Motivasi Berwirausaha Tanaman Buah Jambu Biji
Metode (approach)	Diskusi
Tujuan	Perubahan minat pemuda muslim untuk berwirausaha
Feedback (umpan balik)	Tanggapan dari pemuda muslim itu sendiri

Sedangkan persuasif adalah upaya pendekatan secara halus, lembut dan tidak ada unsur paksaan sedikitpun guna mempengaruhi komunikan sehingga dapat merubah ide, perilaku dan sikap dari komunikan, dalam hal ini komunikan nya adalah pemuda muslim desa Gadingrejo Induk.

Dalam bab analisa mengacu pada rumusan masalah yang disusun yaitu Bagaimana komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim Karang Taruna di Pekon Desa Gadingrejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Peringsewu. Selain itu juga ada faktor pendukung dan penghambat dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim desa Gadingrejo Induk.

Dengan demikian bahasan ini lebih menyoroti proses komunikasi persuasif yang berlangsung antara penulis bersama motivator sebagai komunikator dengan pemuda muslim sebagai komunikan di Desa Gadingrejo Induk dengan metode diskusi dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha tanaman buah jambu biji.

#### **A. Proses komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna desa Gadingrejo Induk**

Keberhasilan komunikasi persuasif ditentukan oleh keahlian kita untuk mempengaruhi seseorang, untuk membuat orang percaya dengan apa yang kita sampaikan. Dalam prosesnya untuk membuat orang lain secara sukarela mengikuti kehendak kita yang pertama yang harus dilakukan yaitu menjelaskan hal apa yang akan kita lakukan secara jujur dan mendasar agar komunikan tahu dulu apa yang akan kita capai bersama, dan itu merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk membuat orang lain mengikuti kehendak kita. Kemudian tahap kedua adalah meyakinkan dan menarik perhatian, bagaimana cara kita membuktikan semua ucapan kita dihadapan orang banyak dengan suatu pembuktian yang nyata, dengan menjelaskan berapa lama tujuan yang kita akan capai bisa sukses, peluang apa saja yang akan bisa didapatkan apabila tujuan itu sudah sukses dan keuntungan apa yang

bisa didapatkan dari tujuan tersebut jika sudah tercapai dan berbicaralah dengan halus dan lembut, tanpa mengandung ancaman dan hukuman. Kemudian yang ketiga yang harus dilakukan untuk membuat orang lain terpengaruh dengan kita adalah kita bisa menjelaskan siapa – siapa saja orang yang ikut terlibat dengan tujuan kita tersebut, bisa seperti kepala desa, seseorang yang sudah ahli dalam bidangnya atau ketua RT, bisa dikatakan kita mengajak para tokoh masyarakat untuk membuat masyarakat itu sendiri percaya dengan kita. Serta memberikan kontribusi langsung berupa bantuan – bantuan untuk membuat tujuan tersebut menjadi lebih cepat terealisasi. Dan yang terakhir yang paling dianggap berhasil dalam mengajak orang lain secara mengikuti kehendak kita secara sukarela yaitu dengan menyentuh sisi psikologis dari komunikan.

Dalam proses menumbuhkan motivasi berwirausaha, teknik komunikasi persuasif mempunyai lima tahapan penting. Ada sebuah teknik yang dapat dijadikan landasan pelaksanaan yang disebut dengan AIDDA, yakni:

1. Menarik perhatian, yaitu perilaku dalam membuat komunikan tertarik dan ingin mengenal lebih jauh. Dalam tahapan ini bagaimana kita memberikan pengetahuan dasar kepada komunikan tentang usaha apa yang akan kita jalankan, berapa lama waktu pelaksanaannya sampai usaha ini bisa berjalan lancar dan peluang apa saja yang akan didapatkan apabila usaha ini sudah berjalan dengan lancar. Dalam tahapan ini bukan hanya harus menggunakan kata-kata yang merangsang komunikan dalam mencari perhatian, tetapi gaya

berpakaian saat menghadapi khalayak juga harus diperhatikan. Dalam wirausaha ini cara menarik perhatiannya cukup mudah dengan menjelaskan bahwa buah jambu biji tidak mengenal musim dalam masa panennya akan membuat para pemuda muslim tertarik dalam wirausaha ini. Dalam proses komunikasi persuasif tahapan ini disebut dengan *Attention*.

2. Menarik minat, yaitu perilaku yang menimbulkan minat. Dalam tahapan ini kita bertujuan untuk meningkatkan rasa suka dari komunikan, rasa tertarik dan menjadikan usaha yang dijelaskan dan akan dijalankan ini merupakan ide yang luar biasa. Tahap ini membutuhkan waktu yang cukup lama, dalam usaha tanaman buah jambu biji ini, kita dituntut untuk bisa mengembangkan kebun dan lahan kita terlebih dahulu dan dibutuhkan waktu sekitar satu tahun untuk membuat kebun yang siap berbuah dan produktif, sehingga membuat komunikan percaya bahwa ide ini merupakan solusi yang baik untuk meningkatkan produktifitas dan hasilnya bisa mencukupi kebutuhan mereka dan tahapan ini disebut dengan *Interest*.

3. Hasrat, dalam tahap ketiga ini komunikator perlu memunculkan hasrat pada komunikan dengan ajakan, bujukan dan rayuan, peran imbuhan emosional disini sangat perlu ditampilkan oleh komunikator agar menyentuh sisi psikologi komunikan dan mudah untuk diajak dalam kehendak komunikator. Seperti yang dikatakan oleh motivator bahwa

jangan hanya menjadi hiu kolam yang artinya hanya menunggu diberi makan oleh majikannya atau atasannya, tapi jadilah hiu lautan yang berusaha mencari makan sendiri, berkreasi dengan membaca segala macam peluang yang ada dihadapannya dan mampu menghasilkan keuntungan yang berguna bagi banyak orang disekitarnya. Proses ini disebut dengan *Desire*.

4. Keputusan, di dalam tahap sebelumnya adalah hasrat, hasrat tidak akan berpengaruh apa-apa tanpa adanya keputusan dari seorang komunikan untuk melakukan tindakan. Dalam proses ini pemuda muslim yang sudah melakukan tindakan dan aksi menanam dan membudidayakan tanaman buah jambu biji sebanyak tiga orang dan pemuda lainnya sudah mulai tertarik dan ingin melakukan usaha budidaya tanaman buah jambu biji ini. Tahapan ini disebut dengan *Decision*.
5. Tindakan atau aksi, dalam tahapan terakhir ini kita mengharapkan perubahan sikap dan perilaku dari komunikan, didalam proses tahapan ini kita dapat memaparkan siapa – siapa saja yang akan terlibat dalam usaha ini, agar mudah menarik masyarakat atau komunikan untuk percaya dan melakukan aksi langsung. Seperti kita melibatkan ketua RT setempat, Kepala Desa, Penyuluh dibidang tanaman buah jambu biji yang sudah berpengalaman dan tokoh masyarakat. Serta memberikan bantuan langsung berupa bibit, pupuk dan bagaimana

cara perawatannya. Tahapan terakhir dalam proses komunikasi persuasif ini disebut dengan *Action*.

Proses pentahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa, komunikasi hendaknya dimulai dengan menarik perhatian sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian dari komunikan sudah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya membangkitkan minat yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari menarik perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik awal dari timbulnya hasrat untuk melakukan suatu tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Hasrat saja tidaklah cukup tanpa adanya keputusan untuk melakukan tindakan dari komunikan.

Kelima tahapan di atas merupakan tahapan bagaimana cara kita mengajak komunikan untuk mengikuti kehendak dari komunikator tanpa adanya unsur paksaan, hukuman dan ancaman. Dalam penyampaiannya komunikator harus menggunakan bahasa dan simbol – simbol yang mudah dipahami oleh komunikan.

Komunikasi persuasif akan berjalan dengan baik apabila ada pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan. Maka diperlukannya pemahaman sifat satu sama lain. Komunikasi persuasif dikatakan berhasil jika mampu mendapatkan:

1. Perubahan sikap

Sikap adalah suatu kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu. Melalui komunikasi persuasif, seorang receiver (penerima pesan) dapat berubah sikap karena paparan informasi dari sender (pengirim pesan). Sasaran perubahan sikap tersebut meliputi aspek dasar sikap



manusia yaitu aspek afektif (kesukaan atau perasaan terhadap suatu objek), kognitif (keyakinan terhadap sebuah objek), dan motorik / perilaku (tindakan terhadap objek).

## 2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah rasa yakin akan adanya sesuatu atau akan kebenaran sesuatu. Kepercayaan timbul akibat dari percampuran observasi pengalaman, bukti dari pihak kedua, juga motivasi yang kompleks.

## 3. Perubahan perilaku

Perilaku dalam persuasif mengacu pada tindakan yang jelas atau dapat diamati. Seperti orang yang membeli mobil, bermain sepakbola, bercocok tanam, semua contoh tersebut merupakan perilaku, karena tindakan – tindakan tersebut dapat diamati. Sudah banyak perilaku dari pemuda muslim yang terlihat tertarik untuk mulai berwirausaha tanaman buah jambu biji ini, awalnya mereka mulai membeli 1 sampai 2 kilo buah jambu biji untuk mereka berikan kepada keluarga atau dengan membeli bibit jambu biji untuk mereka tanam sendiri di pekarangan rumah, sehingga ketertarikan pemuda lain untuk menanam tanaman buah ini semakin besar, kita bisa terus mengembangkan usaha ini menjadi usaha mandiri pemuda desa, bisa dengan membuka desa agrowisata sederhana, membuka kios buah di pinggir jalan dengan mempekerjakan pemuda desa yang membutuhkan pekerjaan, membuat olahan buah dan sebagainya yang akan terus berkembang seiring dengan berjalan nya waktu dan usaha ini.

Proses komunikasi persuasif tidak bisa dilakukan dengan instan butuh proses dalam meyakinkan komunikan dengan memberikan bukti yang nyata yang sesuai dengan ucapan yang kita sampaikan. Iwan Affandy, Narimo dan Aris merupakan tiga pemuda yang sudah memulai lebih dahulu dari pemuda lain untuk menanam tanaman buah jambu biji, dengan berhasilnya membuat tiga orang pemuda ini percaya dan mengikuti kehendak dari komunikator, diharapkan dengan seiring berjalannya waktu wirausaha ini mampu menggugah pemuda muslim lain untuk melakukan hal yang sama dan bersama-sama membangun desa.

Proses komunikasi persuasif yang baik dengan memasukkan unsur motivasi dalam berwirausaha, menceritakan pengalaman pengalaman komunikator dan motivator dalam berwirausaha dari awal merintis hingga mencapai kesuksesan dan hal-hal yang harus dihindari oleh seorang wirausahawan, merupakan cerita yang menarik banyak perhatian pemuda muslim. Proses komunikasi persuasif yang seperti itu diharapkan dapat memunculkan sumber daya manusia yang mempunyai jiwa kewirausahaan hebat dan daya juang serta saing yang tinggi.

Kecakapan komunikator atau kemampuan intelektual itu sangat diperlukan untuk menganalisis suatu kondisi sehingga bisa mewujudkan cara komunikasi yang sesuai harapan sehingga dapat mnumbuhkan motivasi di jiwa para pemuda muslim. Sikap dan prilaku komunikator juga akan berpengaruh pada pesan yang akan disampaikan, kesesuaian antara yang diucapkan dan tindakannya itu akan membuat komunikator disegani, dengan begitu tingkat keberhasilan komunikasi persuasif untuk menyampaik suatu pesan akan tinggi keberhasilannya. Selain itu juga

diperlukan pemuda muslim yang memiliki kecakapan dalam menerima pesan yang disampaikan, pemuda muslim harus memahami dengan siapa dia berbicara dan harus bersikap ramah dan lancar dalam berkomunikasi, bersikap berani dalam mengambil keputusan dan siap menerima resiko atas apa yang dia mulai usahakan tanpa takut dengan kegagalan.

Pesan yang disampaikan komunikator dalam berkomunikasi dengan pemuda perlu dirancang dan disampaikan dengan sedemikian rupa sehingga dapat menumbuhkan perhatian pemuda. Lambang atau simbol yang digunakan dalam berkomunikasi haruslah tepat dan mudah untuk dipahami oleh pemuda, dalam menggunakan lambang atau simbol juga sangat membantu komunikator untuk menyampaikan pesan karena simbol atau lambang bertujuan untuk mempertegas pesan yang ingin disampaikan.

Model komunikasi persuasif yang terdapat dalam penelitian ini adalah model komunikasi dari Aristoteles, Model komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Aristoteles menekankan tiga unsur penting, yaitu pembicara, pesan dan pendengar.

Pembicara (komunikan) akan menyampaikan pesan, maka ada beberapa yang yang harus dipersiapkan terlebih dahulu, seperti proses penciptaan, gaya berpakaian, kecakapan bahasa dan cara penyampaian berkenaan tentang pilihan materi yang akan disampaikan, kemudian komunikator juga harus memperhatikan cara penyampaian kepada pendengar yang disertai dengan bukti-bukti yang logis, bersifat etis, sehingga pesan yang disampaikan akan diterima oleh komunikan.

Dalam penelitian ini model komunikasi Aristoteles tidak sendirian karena model komunikasi dari Deddy Djamiludin Malik tentang hubungan kategoris (penggolongan) juga terdapat dalam penelitian ini yaitu hubungan penggolongan ini dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk melakukan penggolongan hubungan antara tujuan persuasif dengan faktor motivasi.

Hasilnya, obyek persuasif dapat menerima gagasan baru dalam rangka untuk meningkatkan gairah yang lebih produktif, objek persuasif disini adalah pemuda muslim yang diajak untuk berwirausaha tanaman buah jambu biji dengan menambahkan pesan motivasi yang bisa membuat mereka semakin bersemangat untuk berwirausaha, untuk mewujudkan desa mereka sebagai desa wisata yang akan memberikan pemasukan dalam segi ekonomi yang lebih besar.

Sesungguhnya Allah SWT telah menurunkan banyak firmanNya tentang bekerja, tentang apa yang kamu tanam itulah yang akan kamu petik, seperti dalam Q.S At-Taubah Ayat 105.

Sudah jelas dalam firman Allah SWT tersebut bahwa akan diberitakan kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan (*"... lalu diberitakannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan"*) dalam berwirausaha ayat tersebut merupakan motivasi bagi semua pelaku usaha untuk bersungguh-sungguh dalam berusaha, karena sesungguhnya proses tidak akan pernah mengkhianati hasil, apa yang kamu kerjakan sekarang akan kamu rasakan dikemudian hari.

Dan dari hasil penelitian penulis yang diperoleh dari wawancara dengan responden, bahwa Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Motivasi

Berwirausaha Pemuda Muslim Karang Taruna Desa Gadingrejo Induk Pringsewu dikatakan salah satu solusi yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat desa khususnya pemuda muslim. Menurut beberapa responden wirausaha tersebut memiliki konsep yang bagus, sangat memperhatikan kebutuhan masyarakat, bisa membantu pemuda lebih aktif dan berperan positif untuk membangun desa serta sangat efektif dalam membantu pemuda untuk berani berwirausaha mandiri. Karena jika pemuda hanya bekerja sebagai pekerja biasa saja maka mereka tidak akan bisa mengembangkan desa mereka untuk lebih maju lagi juga tidak bisa untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi.

Berdasarkan keterangan sebagaimana terurai di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa Komunikasi Persuasif Dalam Menumbuhkan Motivasi Berwirausaha Pemuda Muslim Karang Taruna Desa Gadingrejo Induk Pringsewu sebagai salah satu solusi yang mampu meningkatkan perekonomian masyarakat desa Gadingrejo Induk. Karena selain bekerja, berwirausaha mandiri juga bisa digunakan sebagai sarana meningkatkan perekonomian masyarakat.

#### **B. Faktor pendukung dan penghambat dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim Karang Taruna di Pekon Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Peringsewu**

Dalam membangun sebuah usaha tentunya tidak semudah yang dibayangkan. Terdapat kemudahan untuk mengembangkannya, namun terdapat pula kelemahan yang mampu membuat usaha ini sulit berkembang. Faktor penghambatan dari berkembangnya usaha ini adalah sulitnya mendapatkan wirausahawan baru. Seperti

kita tahu, bahwa kaum muda pada saat ini banyak yang sudah tidak peduli lagi terhadap lingkungan sekitar bahkan dengan tetangganya saja sudah acuh tak acuh.

Faktor pendukung dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo adalah sebagai berikut:

1. Sikap peduli golongan tua atau para tokoh masyarakat dan masyarakat sendiri yang memberi respon positif terhadap wirausaha ini sehingga mendapatkan wejangan dan arahan agar wirausaha ini tetap bisa berjalan, serta masih aktifnya organisasi karang taruna didesa kami. Wirausaha yang terbentuk atas keinginan bersama ini tentunya mempunyai pandangan dan cita-cita bersama.
2. Masih adanya karang taruna yang masih aktif dalam pelaksanaannya walaupun tidak rutin dan berkelanjutan. Tetapi perlu disyukuri bahwa karang taruna gading rejo induk masih ada dan mempunyai kegiatan kegiatan yang masih dilakukan, sehingga tidak terlihat mati total.
3. Adanya pemuda desa gadingrejo induk yang masih memiliki jiwa wirausaha, seperti memproduksi jamur tiram, membuat pepes tahu, membuat kripik tahu dan menjadi penyuplai ayam potong, beberapa pelanggan disekitar desa gadingrejo. Semua semangat itu bisa menjadi contoh untuk para pemuda lainnya untuk mencoba berwirausaha dengan membaca peluang yang ada disekitar mereka.

Adapun kendala yang dihadapi dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo adalah sebagai berikut:

1. Sumber daya manusia pengurus yang kurang, dalam arti dalam bidang yang mereka sandang, banyak yang tidak sesuai dengan bidang nya. Dalam kepengurusan karang taruna banyak pengurus yang tidak sesuai latar pendidikannya dengan bidang yang mereka jalankan. Pendidikan yang minim merupakan salah satu faktor mengapa pengurus karang taruna banyak yang kurang sesuai. Salah satu penyebab kurangnya kegiatan - kegiatan di karang taruna adalah pengurus yang kurang mendalami program kerja di bidang mereka masing – masing sehingga karang taruna seolah hidup segan mati tak mau.
2. Kurangnya sosialisasi tentang kegiatan - kegiatan karang taruna kepada masyarakat. Kendala ini disebabkan karena minimnya motivator yang berpengalaman di daerah kami, adanya pelatihan – pelatihan di daerah kami yang diadakan di balai pekon merupakan pelatihan yang datang dari pemerintah kabupaten atau pemerintah pusat yang kebetulan bertepatan jatuhnya di daerah kami dan itupun waktunya tidak bisa diperkirakan kapan pelatihan itu akan diadakan kembali.
3. Rasa individualis membuat mereka seolah tidak membutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Kemudian tidak adanya keuntungan material yang instan jika mengikuti wirausaha ini juga menjadi faktor kaum muda enggan bergabung. Banyak diantara mereka yang menganggap berwirausaha hanyalah membuang waktu dan tidak menghasilkan (uang). Memang, sepanjang keaktifan penulis hingga saat ini di wirausaha

tanaman buah jambu biji ini tidak mendapatkan keuntungan materi yang signifikan secara langsung namun dalam jangka panjang pasti kita akan merasakan hasilnya yang luar biasa. Namun perlu diperhatikan oleh kaum muda bahwa, kegiatan yang dilakukan oleh karang taruna semua bersifat sosial dan jika mendapatkan sejumlah dana itu merupakan dana sukarela dari masyarakat setempat yang merasa terbantu dan dana itu kami gunakan untuk keperluan eksistensi organisasi dan rekreasi serta alat untuk menunjang kreatifitas kami.







## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam pembahasan terdahulu, maka dapatlah di ambil inti pembahasan atau kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Proses komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha ini bertujuan untuk mengajak semua pemuda muslim desa untuk mengembangkan desa dengan cara membudidayakan tanaman buah jambu biji, dalam prosesnya ada lima tahapan penting yang harus dilewati, yaitu tahapan dalam menarik perhatian atau disebut dengan *Attention*, tahap dalam menarik minat komunikasi yang disebut dengan *Interest*, tahap memunculkan hasrat yang disebut dengan *Desire*, tahap keputusan yang disebut dengan *Decision* dan yang terakhir tahapan melakukan tindakan dan aksi nyata yang disebut dengan *Action*.
2. Faktor pendukung dalam proses menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna Desa Gadingrejo Induk Pringsewu adalah karang taruna yang masih aktif dan memiliki anggota yang masih mempunyai loyalitas terhadap desa, dukungan dari para tokoh masyarakat dan adanya semangat berwirausaha dari beberapa pemuda muslim.

Adapun faktor penghambat atau kendala yang dihadapi pada saat proses menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna Desa Gadingrejo Induk Pringsewu, yaitu minimnya pelatihan – pelatihan bertemakan kewirausahaan, banyak pemuda yang memilih menjadi

pekerja daripada membuat usaha dan masih banyak pemuda yang malu untuk bertani.

## **B. SARAN**

Dari hasil kesimpulan di atas peneliti sudah melakukan analisis data pada penelitian peran komunikasi persuasif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim karang taruna Desa Gadingrejo Induk Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. Maka saran ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan oleh pihak-pihak yang terkait:

1. Bagi mahasiswa sebagai *agent of change* hendaknya komunikasi bisa dijadikan suatu senjata untuk merubah pikiran dan perilaku seseorang, dalam hal ini penulis menjadikan komunikasi khususnya persuasif sebagai senjata untuk menumbuhkan motivasi berwirausaha pemuda muslim desa Gadingrejo Induk dan diharapkan penelitian ini dapat memacu teman-teman mahasiswa jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam untuk lebih berani dalam membuat suatu usaha yang kreatif dan inovatif.
2. Bagi kepengurusan karang taruna diharapkan bisa lebih aktif lagi dalam melakukan kegiatan kepemudaan sehingga dapat mempererat tali silaturahmi antar pemuda, mengisi waktu dengan kegiatan yang positif serta bisa menampung ide-ide kreatif dari para pemuda desa sehingga dapat memajukan desa mereka sendiri dan membuat diri mereka lebih produktif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abas Sunarya, Sudaryono dan Asep Saefullah. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: ANDI OFFSET. 2011
- Ahmadi, Abu. *Psikologi Sosial Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2002
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Beserta Transliterasi Arab-Latin Departemen Agama RI Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an*. Bandung: CV. Gema Risalah Press. 1993
- Aziz, Ali, Moh. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana. 2009
- Bachdir, Wardi. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos. 1997
- Bahri Djamarah, Syaiful. *Psikologi Belajar (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2011
- B. Miles, Matthew & Huberman, A. Michael. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia. 1992
- Charles, R. Berger. Roloff, E Michael, dkk. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media. 2014
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2009
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010
- Ilahi, wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2010
- Kaelan, M.S. *Metodologi Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma. 2005
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Research Cet. VII*. Bandung: Masdar Maju. 1996
- Kasmir. *Kewirausahaan - Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2011
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2005

- Narbuko, Cholid, Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. 1997
- Nashor. *Komunikasi Persuasif Nabi Dalam Pengembangan Masyarakat Madani*. Pustakamas: 2011
- Nasor, M. *Study Ilmu Komunikasi*. Bandar Lampung: Fakultas Dakwah Iain Raden Intan Lampung. 2009
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia. 2005
- Rakhmat, Jalaludin. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset. 2008
- Sardiman A. M. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers. 2005
- Sawitri, Nurul, Bagus Kisworo. *Partisipasi Pemuda dalam Program Karang Taruna Desa (Study pada Pemuda di Dusun Kupang Kidul Desa Kupang Kecamatan Ambarawa)*. Journal of Non Formal Education and Community Empowerment. NFECE 3 (2) (2014). ISSN 2252-6331
- Severin J, Wermer dan Tankard W, James Jr. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa Edisi Kelima*. Jakarta: Prenada Media. 2005
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013
- Syahputra, Iswandi. *Komunikasi Profetik: Konsep dan Pendekatan*. Bandung: Refika Offset. 2007
- Uchjana, Onong. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004
- Uchjana, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2007
- Uchjana, Onong. *Ilmu, Teori, dan Filsafat*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. 2007
- Widjaja. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara. 2002
- Wursanto. *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET. 2005
- Yusuf, M Pawit. *Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2013